

משרד החינוך
המזכירות הפדגוגית
אגף א' לפיתוח פדגוגי
תכניות לימודים ייחודיות

שם ביה"ס/המוסד: קרית החינוך השש שנתית על שם גולדה מאיר

נס ציונה

שם התכנית הייחודית: מנהל עסקים

תחום הדעת: מדעי החברה

מספר יחידות הלימוד: 3



תכנית לימודים ייחודית

מנהל עסקים בדגש אתיקה בעסקים ותמחיר

3 יחידות לימוד

כותבת התכנית: גרוס בלה

ייעוץ מקצועי: רו"ח בליסה וויליאם

תכן עניינים:

1. מבוא.....עמ' 3-5
2. התפיסה הרעיונית.....עמ' 6
3. התלמיד וצרכיו.....עמ' 7-8
4. החברה וצרכיה.....עמ' 9-12
5. תכנית לימודים.....עמ' 13-29
6. מושגים מרכזיים בתכנית הלימודים.....עמ' 30-38
7. דרכי הוראה.....עמ' 39-45
8. עבודת חקר- יחידה שלישית.....עמ' 46-48
9. ביבליוגרפיה.....עמ' 49-50

קריית החינוך השש שנתית ע"ש "גולדה מאיר"

מנהל עסקים – תכנית לימודים ייחודית

מבוא

קריית החינוך ע"ש גולדה מאיר הינה קריית חינוך בצמיחה. בסוף שנת הלימודים תשע"ו יסיים מחזור א' את לימודיו בבית הספר. קריית החינוך השש שנתית, ע"ש גולדה מאיר, מובילה את תלמידיה למצוינות ומיצוי היכולות ומציגה בפניהם מענה לימודי, חברתי וערכי בכל הרמות. כקריה צומחת אנו שוקדים בימים אלה על היצע של מגמות ומסלולים אשר יאפשרו בחירה ראויה ונאותה למכלול הרצונות והשאיפות של תלמידינו. תלמידי המגמה לומדים 2 יח"ל כלכלה, 2 יח"ל מנהל עסקים ויחידה נוספת עבודת חקר ישומית במנהל עסקים. תחום מדעי החברה כולל בתוכו קשת רחבה של מקצועות לימוד המאפשרים למידה על התנהגות האדם והחברה תוך בחינת תופעות חברתיות המעצבות את המציאות היומיומית שלנו. מקצוע מנהל עסקים, בשילוב עם מקצוע הכלכלה, הוא דיסציפלינה דינמית ומתפתחת. מקצוע זה נבנה מהצורך החברתי של אנשים לפתח קשרי מסחר ולהקים עסקים בכלכלה העולמית. זהו אחד המקצועות האקטואליים והמעניינים ביותר כיוון שעוסק בתחומים הנוגעים למציאות היומיומית ופותח בפני בוגריו מגוון אופציות להמשך לימודים אקדמיים, בחירת משלח יד ותעסוקה. הקמת מגמה זו הולמת את מטרת ביה"ס להתרחב ולגדול תוך כדי פיתוח מגמות העונות על הצרכים הייחודיים של שוק המטרה (תלמידי פוטנציאלים המבקשים ללמוד במגמה המספקת עניין, חדשנות, אקטואליה ומגוון אופציות להמשך לימודים אקדמיים, בחירת משלח יד ותעסוקה), מבנה ביה"ס והכוחות הפועלים בו.

מבנה התוכנית הייחודית

הנושא הראשון שנבחר הינו: **אתיקה בעסקים**, נושא ציר מרכזי שילמד לכל אורך תכנית הלימודים. במסגרת הדיון באתיקה נדון ונבחן אתיקה במגוון תחומים: בניהול עסקי, בשיווק, בפרסום, במכירות, בהמחרה ובשקיפות דוחות כספיים. בעולם חומרני בו עסקים מעוניינים ברווח מקסימלי עלינו לשאוף להציב רף גבוה יותר של ערכים במטרה לייצר סביבה עסקית ערכית יותר. סביבת עסקים הרואה את דור העתיד לנגד עיניה ופועלת להשגת אחריות חברתית וסביבתית. אתיקה בעסקים היא נושא חדש ואקטואלי מאוד המאפיין את השפה העסקית במאה העשרים ואחת. האחריות החברתית של עסקים בודקת את השפעות הארגון על כלל מחזיקי העניין שלו: הבעלים, העובדים, הלקוחות, הציבור, והקהילה בה העסק פועל, ומתרגמת את ניהול הביצועים החברתיים למדיניות ופעולות של התאגיד, באופן המשלב הצלחה כלכלית, חברתית וסביבתית - השפעה חברתית חיובית והשגת הצלחה עסקית. אחריות חברתית נוגעת במגוון רחב של נושאים ותחומים כמו ניהול סביבת עבודה, השקעה קהילתית, גיוון תעסוקתי, שיווק ומוצרים אחראיים, זכויות אדם ואזרח, שרשרת הערך, שותפויות ועוד.

ייעודה של האתיקה בעסקים הוא ההגעה להחלטה הראויה באשר לדילמות עסקיות, תוך כדי התחבטות בטיעונים החזקים ביותר בין מקסום רווחים ובין הבעיות המוסריות הכרוכות בתחומים השונים של הפעילות העסקית.

דרכי העבודה בארגונים עסקיים נתונות תכופות לביקורות עזות, מפני שמצבים עסקיים שונים מציבים דילמות אתיות סבוכות. כחלק מה-"אני מאמין" הבית ספרי המוביל את תלמידיו למצוינות לימודית לצד חינוך ערכי וחברתי, ראינו לנכון לשים דגש על נושא האתיקה בעסקים, כנושא מלווה לאורך כל תכני הלימוד הנלמדים בתכנית.

הנושא השני: תמחיר הינו ספק מידע לגבי עלויות, במסגרתו מתבצע ניתוח כמותי של גורמי היצור המשתתפים בתהליך היצור. נודעת לו חשיבות רבה לצורך איסוף מידע על עלויות, ככלי בקרה וככלי לתכנון וקבלת החלטות.

בכלכלה המתפתחת של העולם המערבי מתמקד נושא התמחיר במסירת מידע כספי המסייע למנהלי חברות בקבלת החלטות. מידע זה נדרש, בין היתר, לקביעת מחירים, להשקעות במחקר ופיתוח או בצידוד, בהערכת ביצוע של אנשים, תקציב מחלקות או מערכות וכיו"ב. במסגרת התפיסה הרעיונית של התכנית, נראה לנו כי מן הראוי לשים דגש על למידה וחשיבה מורכבת ופרגמטית. במנהל העסקים מתקבלות החלטות בתחומי השיווק, הייצור, המימון וכל יתר התחומים בהם עוסק הארגון. בנושאים רבים, אך לדעתנו, בעיקר בנושא התמחיר נדרשים תלמידים ללמוד, להבין, לקשר וליישם תכנים לימודיים שנלמדו במסגרות שונות וביחידות לימוד שונות.

לדוגמא:

1. תמחיר עוסק ברישום, מיון, ניתוח ודיווח של עלויות הייצור. מטרת התמחיר הן- קביעת עלות היצור ליחידה, תכנוני כדאיות, תכנון היקף היצור וקביעת המחיר ליחידה. נושאים אילו מתקשרים היטב לנושאים רבים הנלמדים **בכלכלה** כגון: ביקוש, היצע, גמישות הביקוש, גמישות ההיצע, שיווי משקל, תחרות מושלמת לעומת תחרות מוגבלת, הפרטה, סחר בינלאומי ועוד ומיישמים את הידע שנלמד בצורה תיאורטית בכלכלה.
2. התמחיר המספק מידע לעריכת תקציב מחלקות ומערכות, מתקשר ומיישם את נושא התקציב, הנלמד במסגרת לימודי **הכלכלה** הן ברמה הלאומית- תקציב הממשלה והן ברמה האישית- תקציב המשפחה, הרגלי התצרוכת והחיסכון ועוד.
3. בתמחיר, דנים בשיטות שונות לתשלום שכר עבודה. תחום זה מיישם את נושא ההכנסה, את נושא שוק העבודה ושיטות שונות לתשלום שכר עבודה, ונושאים נוספים כגון הכנסה, תצרוכת וחיסכון, הכנסה לאומית, תצרוכת פרטית, דוח מקורות ושימושים, עקומת התמורה ועוד, הנלמדים בהרחבה במקצוע **כלכלה**.
4. נושא הוצאות סוציאליות נידון גם הוא בתמחיר. נושא זה מקשר בין נושאים שונים נלמדים, בנפרד, מנקודות ראות שונות **בכלכלה** בנושאים: משפחה, אי שוויון כלכלי ועוני.
5. שיטות שונות להמחרה נלמדות בתמחיר. השיטה הנבחרת על ידי הפירמה עשויה להשפיע על גודל הרווח המוצג בחשבון רווח והפסד ובהתאמה ליצור השלכות על דוח יעוד רווחים, מאזן הפירמה, יציבות הפירמה, מחיר מניית הפירמה בבורסה, קבלת החלטות של משקיעים קיימים ומשקיעים פוטנציאלים, קבלת החלטות ניהולית בפירמה ועוד. חלק מנושאים אילו נלמדים **בכלכלה** וחלקם **במימון**.

כאמור, צוות הכותבים התלבט רבות מהו הנושא המרכזי שיבחר על מנת להוביל את תכנית הלימודים. נושאים רבים הועלו, אך לאחר שנלקחו בחשבון הצרכים השונים, הן של הלומדים, הן של צוות המורים והן של ביה"ס, לצד המטרות המרכזיות אותן אנו מקווים להשיג, הוחלט לבחור בנושא האתיקה בעסקים ובנושא התמחיר. לדעתנו, שני נושאים אלו יאפשרו לתלמידינו לפתח חשיבה ניהולית, ביקורתית, יצירתית, לרכוש כלים ויכולות פרגמטיים ולשפר את מיומנויותיהם בצורה משמעותית ומעשית כאחד.

בקריית החינוך השש שנתית, ע"ש גולדה מאיר, מחויב הצוות החינוכי למיצוי לימודי, להתקדמות והישגים לפיתוח יצירתיות וביטוי אישי על ידי אפשרויות בחירה מגוונות של התלמידים, להנאה מהלמידה והעשייה, לפיתוח אחריות אישית וחברתית תוך קיום פעילות לא פורמלית ודיאלוג פתוח בין מורים ותלמידים.

קריית החינוך דוגלת בשיתוף פעולה בין מורים המשתמשים בתכנית הלימודים כבסיס שיש לפתחו, בצורה יצירתית, פיתוח נוסף כדי להפכו למצבי הוראה ולמידה בכיתה, תוך כדי ביטוי מקסימאלי של אישיותם, כישוריהם, ידיעותיהם, נטיותיהם ומאפייני התלמידים. דגש נוסף הוא על שילוב תכניות לימודים מדיסציפלינות שונות על מנת לפתח מגוון גדול של כישורים ויכולות חשיבה שונות ללומד, תוך כדי שימוש בטכנולוגיות מתקדמות ובזיקה רחבה לעולם האינטנסיבי בו אנו חיים.

התפיסה הרעיונית (רציונל)

שנות המאה העשרים ואחת מאופיינות בשינויים יסודיים בחברה ובכלכלה. לשינויים אילו יש השפעה ניכרת על סיכוייו של הפרט להצלחה. ככל שגדלה המורכבות כך גדל הצורך בפיתוח של מיומנויות אנליטיות ושל אוריינות טכנולוגית.

מנהל עסקים הוא מקצוע השואב מתחומי דעת שונים ותורם למקצועות אחרים. ניתן לעצב אותו כמקצוע ציר לארגון אינטגרטיבי של נושאי לימוד מתחום השיווק, הכלכלה, המימון והאתיקה. מנהל עסקים בהדגשת מהפכת המידע, משאבי אנוש, תמחיר ואתיקה בעסקים בשילוב לימודי כלכלה משקף את הקשרים ואת ההשפעות ההדדיות הקיימים בין היבטים כלכליים וניהוליים לבין היבטים ערכיים, מוסריים וחברתיים. הוראת המקצוע לפי גישה בין תחומית זו, תחשוף בפני התלמידים תכנים, שחלקם נלמדו עד כה בצורה מבודדת, ותציג את ההקשרים הלוגיים, בהדגשת השילוב ביניהם.

צוות המורים בבית ספרינו מעוניין להפוך את השיעורים במנהל עסקים למשמעותיים ללומדים, לקרב את הלומדים לנושאים אקטואליים ולהניע אותם להשתלב בצורה פעילה ונכונה בעולם הכלכלי והעסקי. מטרת אלה נראות לנו חשובות ביותר הן מבחינה לימודית והן מבחינה חינוכית. צוות ביה"ס מאמין כי התייחסות רחבה, רב תחומית ובין תחומית, בהוראת מקצועות אלה מעמידה את הלומד במרכז, יוצרת תחושה של עניין, מעודדת סקרנות והופכת את הלימודים במגמה רלוונטיים ללומדים.

צוות ההוראה

ביה"ס נערך להפעלת התכנית הייחודית הן מבחינת ארגון כוחות ההוראה והן מבחינת המשאבים הדרושים להפעלתה, בהתחשב בדרכי ההוראה הייחודיות לה. לשנת הלימודים תשע"ז גייס בית הספר את המורים הבאים:

1. **גב' נועה קרן מזור**, בעלת תואר ראשון במנהל עסקים, בוגרת הסבת אקדמאים עם ותק של שנתיים בהוראה, בעלת ניסיון רב בריכוז משאבי אנוש וניהול פרויקטים, להוראה וריכוז המגמה.

2. **גב' ציפי כץ**, מורה לכלכלה בעלת ותק של 32 שנים ללימוד כלכלה ועבודת חקר יישומית בשנת הלימודים הנוכחית.

הצוות בקיא בתוכנית הייחודית, עורך פגישות שבועיות לעדכון על התקדמות והפקת תובנות מהוראת התוכנית ודרכי התרגול בכיתה.

צוות המורים בביה"ס מכיר בעובדה כי הטכנולוגיה, על היבטיה השונים מגדירה מחדש את סיטואציות הלמידה וההוראה ומעצבת מחדש את הפריסה והרפרטואר של המקורות הלימודיים וההוראתיים. אנו מאמינים כי על המורים להשתמש שימוש מושכל במקורות מידע שונים, מגוונים, אקטואליים ורב תחומיים.

התלמיד וצרכיו

קריית החינוך ע"ש "גולדה מאיר" הינה קריית חינוך בצמיחה. בסוף שנת הלימודים תשע"ו סיים מחזור א' את לימודיו בבית הספר.

המבנה השש שנתי מאפשר לתלמידי חטיבת הביניים להשתלב בחטיבה העליונה במעבר טבעי תוך מתן מענה לכל תלמידה ותלמיד מתוך עיקרון רצף ההיכרות וההמשכיות.

מהכתוב עד כה עולה כי קריית החינוך "גולדה מאיר" נס ציונה, שמה לה למטרה לשלב בין חינוך למצוינות לימודית לבין מצוינות ערכית משמעותית. בית הספר מאפשר לתלמידיו להביא לידי ביטוי את יכולותיהם האישיות, להתפתח, לשנות ליזום ולהוביל. המודל החינוכי של בית הספר מעודד יצירת קשרים וכישורים להצלחה בעולם משתנה. דרך הפעלתו של המודל תבוא לידי ביטוי בארגון הלמידה בחמישה ימי לימוד בלבד. היום השישי יוקדש לחשיפת התלמידים ללמידה ופעילות באמצעות הרצאות של אנשי עסקים, מדענים, אנשי רוח ותרבות, התנסות אישית, תצפית, סיורים ועוד. מודל זה מיועד להעצים ולחבר את תכנית הלימודים של משרד החינוך לחיי היום יום ולהעשיר את עולמם של התלמידים בקשרים ובכישורים אשר יסייעו להצלחתם בעולמינו המשתנה.

ביה"ס מציע ללומדים מגוון מגמות כגון : מדעים, מזרחנות, תקשורת, מדעי החברה, תאטרון, קולנוע ועוד.

תלמידי ביה"ס שייכים ברובם למשפחות מהמעמד הבינוני, רובם שכירים וחלקם בעלי מקצועות חופשיים ו/או בעלי עסקים קטנים ובינוניים.

כיתות הלימוד הינן הטרוגניות ובמגמה משולבים תלמידים בעלי יכולות ראליות גבוהות ותלמידים שניתנה להם הזדמנות להשתלב במגמה ייחודית ואקטואלית שתוכל לתרום להם בלימודיהם האקדמאים.

תנאי הקבלה למגמה הם : ציון מינימאלי של 80 במתמטיקה בהיקף של 4 יחידות לימוד, ציון מינימאלי של 80 בהקבצה א' באנגלית וממוצע 80 לפחות בשאר מקצועות הלימוד. תלמידים בעלי פרופיל זהה יכולים להתקבל לכל אחת מהמגמות המדעיות בביה"ס.

על בסיס שיחות עם היועצות וההנהלה בחטיבת הביניים ועם התלמידים והוריהם ביום הפתוח אותו מקיים ביה"ס מידי שנה וגם לאור מספר הנרשמים לביה"ס ולמגמות השונות אותם ביה"ס מציע בכלל ומנהל עסקים וכלכלה בפרט, נראה כי :

1. בימינו התלמיד פרגמאטי ודורש מהמערכת הבית ספרית שתציע לו עניין, אקטואליה וכלים יישומיים שיפתחו את כישוריו בצורה פרגמאטית, הן כלומד ממשך באקדמיה והן כאדם המנסה להשתלב, מאוחר יותר, בשוק העבודה.
2. תלמידים רבים בעלי ממוצע ציונים גבוה בחטיבות הביניים, נרשמו עד כה למסלולים המדעיים שביה"ס מציע למרות העובדה כי מקצועות אלו לא תמיד עניינו את הלומדים (פיסיקה, כימיה, ביולוגיה וכו'). חלק מתלמידים אלו הביע את רצונו ללמוד במגמה טובה ויוקרתית, המציעה לו מקצועות שאינם "מדעיים" .

3. התארים במנהל עסקים, כלכלה, ראיית חשבון וכו' זכו לפריחה בשנים האחרונות והראיות לכך הן הביקוש הגבוה להרשמה לתארים אילו במוסדות להשכלה גבוהה והמספר הרב של המכללות והאוניברסיטאות המציעות מסלולים אילו לסטודנטים. במפגשים שנערכו בין הנהלת בית הספר לבין תלמידי חטיבות הביניים הביעו תלמידים רבים את רצונם ללמוד מקצועות אילו גם במסגרת התיכון.
4. השינויים התכופים בסביבה בה אנו חיים עלולה ליצור תחושות של ניכור ובלבול, במיוחד בגיל ההתבגרות. לדעתנו, השילוב הדיסציפלינרי והאקטואליה בתכנים הלימודיים עשויים לסייע בטיפוח אמונת הלומד בעצמו, לאפשר לתלמידים לתפקד בתנאי ההווה ובעתיד מבלי להרגיש אבודים או מנוכרים ולעודד פיתוח הדימוי העצמי החיובי אצל הלומד.
- מכל האמור לעיל, לדעתנו, מגמת מנהל עסקים בדגש על תמחיר ואתיקה בעסקים עונה על הצורך של הלומד להצליח בהתאם ליכולותיו, כישוריו הייחודיים והתחומים בהם הוא מוצא עניין.

כותבת התכנית

בלה גרוס בעלת וותק של 29 שנים בהוראה, בוגרת תואר ראשון בכלכלה וסוציולוגיה מאוניברסיטת תל אביב ובעלת תעודת הוראה ורישיון הוראה קבוע מטעם האוניברסיטה הפתוחה. בלה בעלת ניסיון קודם בפיתוח וכתובת התוכנית הייחודית של מקיף "גן נחום" בראשון לציון, משם הגיעה הרעיון לכתוב תוכנית ייחודית גם לקרית החינוך "גולדה מאיר" נס ציונה. הגב' בלה גרוס כותבת התוכנית מלווה את צוות קרית החינוך "גולדה מאיר" ביישום שלה. בלה השתלמה במגוון נושאים ביניהם נושאים ייחודיים בתכנית לימודים חדשה בכלכלה, שיווק, מימון, לימודי תעודה מטעם המרכז לניהול עסקי – שיווקי של המכון לפריון העבודה והיצור בפרסום, שיווק ויחסי ציבור, פסיכולוגיה בחינוך, תורת החינוך, קידום ושילוב ילדים בעלי לקויות למידה, תכנון, פיתוח ויישום תכניות לימודים, הכרת המחשב, גיליון אלקטרוני, אקסל, POWERPOINT, מיומנויות שימוש באינטרנט ועוד.

טרם עבודתה בגימנסיה גן נחום, במשך שלוש שנים, עבדה הגב' בלה גרוס כעוזרת מחקר לדר" אבי גוטליב ראש החוג לסוציולוגיה באוניברסיטת תל אביב ולפני כן עבדה כפקידת מט"ח בבנק לאומי בנס ציונה.

במסגרת עבודה בתיכון מקיף ד' גן נחום בראשון לציון מילאה בלה גרוס מגוון תפקידים פדגוגיים וניהוליים. בין השאר שימשה כסגנית מנהל, רכזת פדגוגית שש שנתית רכזת מערכת שעות, לוח אירועים ולוח מבחנים, מחנכת, רכזת מגמה, רכזת מקצוע ועוד. את פיתוח התכנית מלווה רואה חשבון וויליאם בליסה שהדריך, ליווה וסייע בפיתוח התכנית הייחודית במקיף ד' גן נחום בראשון לציון וליווה וסייע בפיתוח התכנית הייחודית בתיכון ע"ש עמוס דה שליט ברחובות.

החברה וצרכיה

נס ציונה הינה עיר במחוז המרכז המשתרעת על 16,000 דונם ומונה כ- 45,000 תושבים. על פי נתוני הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, האוכלוסייה בעיר גדלה בקצב גידול שנתי של 4.2%. העיר מדורגת 7 מתוך 10 בדרוג הכלכלי- חברתי. ממוצע השכר החודשי של שכיר תושב העיר נס ציונה עמד על 11,418 ₪ בשנת 2012, לעומת, הממוצע הארצי שעמד על 8,018 ₪ בשנה זו. ממחקר שערכה חברת המידע העסקי "BDI COFACE", נס ציונה דורגה " העיר היציבה ביותר מבחינה פיננסית בשנת 2013", היא השקיעה השקעות שיא בחינוך: 51% מתקציב העיר בשנת 2013 הושקע בנושאי חינוך.

בנוסף, נס ציונה דורגה במקום הראשון באחוזי הזכאים לתעודת בגרות בקרב ערי השפלה עם 76.6% בשנת הלימודים תשע"ד והגיעה למקום הראשון בבחינות המיצ"ב בשנת הלימודים תשע"א. בעיר שבעה עשר בתי ספר, מתוכם שלושה בתי ספר על יסודיים. בתחום השיפוט של העיר שוכן המכון למחקר ביולוגי בישראל ופארק המדע קריית וייצמן, פארק המדע הראשון בישראל.

בתפיסה החינוכית של בית ספרינו, אנו מאמינים שעל בוגר ביה"ס להתמצא בכוחות השוק ובדומיננטיות השיקולים הכלכליים. לדעתנו, יש חשיבות רבה בקיום קשרים הדוקים עם הקהילה על מנת ליצור אינטראקציה עם החברה שבסביבתה בשיתוף פעולה מלא בנינו לבין הקהילה, תוך כדי יישום התכנים השונים הנלמדים במסגרת המגמה.

צרכי הלומד

מתוך הצרכים של התלמידים, של ביה"ס, של צוות המורים ושל הקהילה בה אנו חיים החלטנו לפתח תכנית לימודים ייחודית אשר, לדעתנו, תענה כראוי על הצרכים השונים שמוצגים בטקסט זה לסעיפיו השונים:

1. התכנית מציעה שילוב רצינאלי, מתקדם ועדכני של תכנים לימודיים מדיסציפלינות שונות – כלכלה, מימון, שיווק, אתיקה בעסקים ועוד, הקשורים זה בזה קשר הגיוני ומחייב כפועל יוצא מהמציאות הדינאמית בה אנו חיים.
 - שילוב זה עשוי לפתח אצל הלומדים יכולות חשיבה ויישום מפותחות, תוך כדי תחושת שותפות ומעורבות בתהליכים כלכליים ועסקיים בקהילה בה אנו חיים ומחוצה לה.
 - תחושת השותפות והמעורבות תסייע, לדעתנו, לטפח את אמונת הלומד בעצמו ותאפשר ללומדים לתפקד טוב יותר בתנאי ההווה והעתיד מבלי לחוש אבודים או מנוכרים.
2. המגמה משלבת לימוד תכנית לימודים ייחודיים במנהל עסקים בהיקף 2 יחידות לימוד, כלכלה בהיקף 2 יחידות לימוד ויחידה יישומית בה יישם התלמד את התכנים שנלמדו במסגרת 2 יחידות הלימוד במנהל עסקים בעבודת חקר בהיקף 1 יחידת לימוד.
 - אנו מאמינים כי אפשרות זו עונה על רצונם של תלמידים רבים ללמוד במגמה יוקרתית, ברמה גבוהה, מקצועות שאינם "מדעיים" כדוגמת כימיה או פיזיקה.
 - אפשרות זו עונה על הצורך של הלומד להצליח בהתאם לכישוריו מבלי ליצור תחושות של כישלון, דימוי עצמי נמוך ועוד.

בנוסף, אפשרות הבחירה והשילוב הייחודי של מנהל עסקים כלכלה, תמחיר ואתיקה בעסקים יסייעו לביה"ס להציע למועמדים לרישום מגמה מעניינת ועדכנית ובכך להגדיל את מספר

הנרשמים לביה"ס, במיוחד לאור העובדה כי תלמידים רבים בחטיבת הביניים בקרית החינוך הביעו את התעניינותם ורצונם ללמוד מקצועות אלה במסגרת החטיבה העליונה. צוות המורים העלה הצעות רבות לבניית תכנית לימודים ייחודית, כדי להדגיש את השילוב ההגיוני והיישומי בין המקצועות והתכנים השונים הנלמדים במגמה. בעזרת תכנית מעניינת וחוייית שתדגיש את התכנים האקטואליים ותקרב את הלומדים לנושאים אקטואליים יונעו התלמידים להבין את הפעילות הכלכלית והעסקית. תכנית העתידה לעודד את הלומדים להשתלב בצורה נכונה בעולם הכלכלי והעסקי בהמשך דרכם. לאחר לבטים רבים החלטנו להדגיש שני נושאים מרכזיים – אתיקה ומימון בדגש על תמחיר. בנוסף, אין להתעלם מהעובדה כי עולם המתבגרים עשיר בגירויים, ההוראה הקונבנציונאלית המתבססת ברובה על הוראה פרונטאלית של מקצועות שונים, אשר לפחות מנקודת ראותו של התלמיד, אין קשר בניהם, עלולה ליצור חוסר עניין וחוסר מוטיבציה. לדעתנו, באמצעות תכנית זו נוכל להקנות לתלמידים כישורים של לומד עצמאי, בעל שיקול דעת, להנחות ולהדריך את התלמידים ללמידה פעילה המאפשרת לתלמיד לחפש ולקלוט מידע חדש, להתנסות בו ולהפיק ממנו את המרב.

לספריית ביה"ס הוזמנו ספרי העשרה רבים בתחומים הנלמדים בתכנית: שיווק, מימון, משאבי אנוש, כלכלה, אתיקה ומוסר ועוד.

לרשות תלמידי המגמה עומדות מעבדות המחשבים המתקדמות של ביה"ס בהן יודרכו הלומדים בחיפוש ושימוש מושכל באינטרנט, בעיבוד הנתונים שנאספו על ידי תוכנות כמו "EXCEL" והצגתם על ידי תוכנות כמו "POWERPOINT" ועוד.

תחום הדעת וארגון

במסגרת מגמת מנהל עסקים ייגשו התלמידים לבחינות בגרות בכל מקצועות החובה, מתמטיקה ברמה של 4-5 יח"ל ואנגלית ברמה של 4-5 יח"ל, מנהל עסקים 2 יח"ל בדגש על תמחיר ואתיקה בעסקים, 2 יח"ל כלכלה, ו-1 יח"ל עבודת חקר יישומית. בנוסף, יבחר התלמיד מקצוע מוגבר נוסף של 5 יח"ל מבין מגוון מקצועות הלימוד המוצעים על ידי בית הספר. בכיתה יא' יילמדו נושאים שונים במשאבי אנוש, שיווק ואתיקה בעסקים- כ 90 ש"ש ובכיתה יב' ילמדו שאר הנושאים במימון- כ 90 ש"ש.

הן בכיתה יא' והן בכיתה יב' תלווה הלמידה- הוראה בכיתה בסיורים לימודיים בהתאם לתכנים שנלמדו בכיתה כמו סיור בבורסה, בבנק ישראל, מוזיאון המיסים, התאחדות התעשיינים, מפעלים נוספים ועוד, בהתאם לאילוצים כספיים ופעילויות העשרה בית ספריות נוספות.

סדר הוראת הנושאים בתכנית הוא:

1. מהפכת המידע והשפעתה על אופי ניהול הארגון, משאבי האנוש, שוק העבודה וסיכויי הצמיחה של המשק- כיתה יא'
2. אתיקה בעסקים- כיתה יא'
3. שיווק- כיתה יא'
4. מימון בדגש תמחיר ואתיקה בעסקים- כיתה יב'.

הסיבות לסדר שנבחר לעיל הן :

1. הפירמה היא התארגנות עסקית המשתמשת בגורמי יצור על מנת לייצר סחורות ושירותים במטרה להגיע למקסימום רווח.
לכן, בחרנו להתחיל בהוראת מהפכת המידע והשפעתה על הערכות הארגון ובעיקר על ההון האנושי הנדרש לארגון. ההכרה בחשיבות ההשקעה בהון האנושי, היא למעשה ההכרה באדם העובד ובכישוריו כמשאב החשוב והיקר ביותר של הארגון.
הנושא השני שילמד הוא נושא האתיקה עסקים. הנושא יוצג לתלמיד בשלב זה אך למעשה ישמש כציר מרכזי שילווה את מרבית התכנים הנלמדים בתכנית ויחשוף את הלומד לקושי ולהתחבטות התמידית העומדת בפני מנהלי עסקים בעידן המודרני, בין הניסיון למקסם רווחים ובין הבעיות המוסריות הכרוכות בתחומים השונים של הפעילות העסקית.
לאחר גיוס גורמי היצור, הפירמה מקבלת החלטות איזה סוגי מוצרים לייצר, באיזה פלחי שוק להתמקד, באיזו אסטרטגיה לשווק את מוצריה, איזה מחיר לקבוע למוצריה, איך, מתי והיכן לפרסם ועוד. לכן, הנושא הנלמד השלישי הוא נושא השיווק.
לכל אורך התהליך צריכה הפירמה לגייס הון, לנהל רישום חשבונאי שוטף, להכין דוחות פיננסיים, לקבל החלטות על סמך ניתוח דוחות אילו והחשוב מכל, למקסם רווחים.
לכן, הנושא האחרון הוא נושא המימון בדגש תמחיר.
2. אסטרטגיה זו היא אסטרטגית לימוד והוראה בצורת מושג מתפתח מהקל לכבד, מהפשוט למורכב ובעיקר מראיה חד תחומית לראיה רב תחומית ובן תחומית.
3. לדעתנו, רמת ההבנה ויכולת היישום הנדרשת מהתלמידים במימון גבוהה יותר מאשר בשיווק. אי לכך, על בסיס התכנים שנלמדו בכלכלה ובשיווק בכיתה יא' יפתחו התלמידים כישורי חשיבה ויכולות ניתוח, השוואה, יישום וקישור גבוהות יותר הנדרשות בלימוד התכנים במימון ובראשם נושא התמחיר.
- בכל תהליך ההוראה- למידה יושם דגש רב על האקטואליה בלמידה דהיינו יעשה שימוש במאגרי מידע שונים על מנת לתרום להרחבת הידע וההבנה בחומר הנלמד.

מטרות על:

1- קוגניטיביות-

1. התלמידים יכירו את תחום הדעת של מנהל עסקים.
2. התלמידים יישמו תיאוריות שילמדו.
3. התלמידים יבינו תהליכים בשיווק והשפעות הגומלין ביניהם.
4. התלמידים יפתחו דרכי חשיבה לדין מושכל בסוגיות הניהוליות של הפירמה.
5. התלמידים יפתחו חשיבה מושכלת וביקורתית בתחומים הכלכליים והניהוליים.

2- ערכיות- חברתיות ורגשיות-

6. התלמידים יכירו דילמות ערכיות ומוסריות בניהול ארגונים עסקיים
7. התלמידים יפנימו דילמות ערכיות אלו
8. התלמידים יפתחו רגישות ואמפתיה לחשיבות האחריות התאגידית.

9. התלמידים יכירו את המשמעות הרב צדדית של ערכים מרכזיים בעולם העסקי.
 10. התלמידים יבינו משמעויות אלו.
 11. התלמידים יפנימו את המשמעות של ערכים מרכזיים בעולם העסקי.
 12. התלמידים יגבשו עמדות עצמאית, מושכלות וביקורתיות כלפי דילמות ערכיות ואתיות מגוונות.
 13. התלמידים יפנימו ערכים חברתיים המשולבים בתכנית הלימודים.
 14. התלמידים יפנימו ערכים עסקיים המשולבים בתכנית הלימודים.
 15. התלמידים יפנימו ערכים מוסריים המשולבים בתכנית הלימודים.
 16. התלמידים ישפטו אירועים במציאות העסקית על פי אמות מידה מוסריות אוניברסליות.
 17. התלמידים יגלו סבלנות וסובלנות כלפי האחר והשונה.
 18. התלמידים יגבשו עמדות חיוביות כלפי שמירת איכות הסביבה.
 - התלמידים יגלו עניין ומוטיבציה לפעול למען קיימות.
- מיומנויות למידה-**
19. התלמידים יגדירו מושגים מגוונים מתכנית הלימודים.
 20. התלמידים ינתחו אירועים כלכליים ועסקיים באמצעות תיאוריות ומודלים שנלמדו.
 21. התלמידים ישרטטו מודלים כלכליים נבחרים.
 22. התלמידים יכינו דוחות כספיים נבחרים.
 23. ינתחו דוחות כספיים נבחרים.
 24. התלמידים יידעו לתמחר מוצרים בשיטות המחרה מגוונות.
 25. התלמידים יידעו לאתר מקורות מידע מגוונים על ידי שימוש במנועי חיפוש מתקדמים
 26. התלמידים ינתחו נתונים ואירועים אקטואליים.
 27. התלמידים ידעו לטעון טיעונים ולהתנסח בצורה ברורה. כישורים אלו יוצגו בעבודות, במצגות ובדיונים בכיתה.
 28. התלמידים ידעו לעשות שימוש בכלי עזר לארגון מידע כמו טבלאות, גרפים וניתוח סטטיסטי.
 29. התלמידים יתנסו במיומנויות של עבודת צוות: שיתוף פעולה, הגדרת תפקידים, הגדרת יעדים, עמידה בלוח זמנים ועוד.
 30. התלמידים ירכשו מיומנויות של עבודת צוות: שיתוף פעולה, הגדרת תפקידים, הגדרת יעדים, עמידה בלוח זמנים ועוד.
 31. התלמידים יפתו חשיבה רפקלטיבית על תהליך העבודה ועל המיומנויות שרכשו בעבודת החקר.

תכנית הלימודים

- התכנית כוללת 2 יח"ל (180 ש"ש), המתפרסות על פני שתי שנות לימוד (כיתה י"א- י"ב).
 • הביבליוגרפיה המודגשת בצבע צהוב הינה חובה למורה.

פרוט נושאים

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
1. <u>מבוא</u>	1		1. הלומדים יכירו את תחום הדעת מנהל עסקים 2. הלומדים יכירו את סדר הוראת הנושאים הנבחרים 3. הלומדים יכירו את מבנה המגמה ומבנה תכנית הלימודים	1. מדעי החברה	הצגת תכני הלימוד באמצעות "שמש מושגים" על גבי הלוח בהתבסס על רעיונות שהתלמידים מעלים
2. גורמי היצור בפירמה- <u>ההון האנושי</u> 2.1. משאבי אנוש 2.2. הקשר בין הון אנושי לצמיחת הפירמה 2.3. הקשר בין הון אנושי לצמיחה כלכלית	3	ניהול משאבי אנוש יח' 1 עמ' 27-28 מבוא לכלכלה, זימון עמ' 38-40 מבוא לכלכלה, גרוס עמ' 4-8 מיקרו כלכלה עמ' 45-52 בגרות בכלכלה עמ' 25-29	1. הלומדים יכירו את תחום משאבי האנוש 2. הלומדים יבינו את חשיבות המשאב האנושי לפירמה ולמשק, במיוחד על רקע מהפכת המידע 3. הלומדים יבינו כיצד השקעה בהון אנושי תורמת להתפתחות הפירמה, עמידה בתחרות, הבהרת תנאי אי	1. משאבי אנוש 2. ניהול משאבי אנוש 3. צמיחה כלכלית 4. הון אנושי	הצגת הנושא על די המורה. דיון בכיתה. ניתוח נתונים סטטיסטיים על מאפייני ההון האנושי בישראל. שימוש בנתונים של מרכז אדווה והלשכה המרכזית לסטטיסטיקה

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
			הוודאות, הרווחיות ועוד 4. הלומדים יבינו כיצד השקעה בהון אנושי משפיעה על פרוץ היצור, על היקף היצור במשק ועל רמת החיים		
3. <u>שוק העבודה</u> 3.1 ביקוש לעבודה 3.2 היצע העבודה 3.3 תנאים לשוק עבודה משוכלל	1 1 1	ניהול משאבי אנוש עמ' 195-207 מבוא לכלכלה, גרוס עמ' 106-109 בגרות בכלכלה עמ' 124-125 מיקרו כלכלה עמ' 201-213	1. הלומדים יגדירו מהו שוק עבודה 2. הלומדים יבינו מהם הגורמים המשפיעים על הביקוש לעבודה 3. הלומדים יבינו מהם הגורמים המשפיעים על היצע העבודה 4. הלומדים ידעו לשרטט את שוק העבודה 5. הלומדים יכירו את עקרונות הפעולה של שוק העבודה כשוק תחרותי משוכלל 6. הלומדים ידעו מהם התנאים הנדרשים ליצירת שוק עבודה משוכלל	1. שוק העבודה 2. שוק משוכלל 3. תעסוקה מלאה	המורה יציג את הנושא. המורה ילמד לשרטט את שוק העבודה. תרגול בכיתה. התלמידים והמורה יחפשו ויצגו נתונים על מאפייני שוק העבודה בישראל. בהתבסס על הנתונים דיון וסיכום מאפייני שוק העבודה בישראל.

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
<p>4. <u>שכר עבודה</u> שיטות לתשלום שכר עבודה</p>	1	<p>ניהול משאבי אנוש עמ' 218-223</p> <p>בגרות בכלכלה עמ' 125-129</p>	<p>1. הלומדים יגדירו מהו שכר עבודה</p> <p>2. הלומדים יבחינו בין שיטות שונות לתשלום שכר עבודה ויבינו מהם הגורמים המשפיעים על כל שיטת שכר</p> <p>3. הלומדים ידעו לשרטט שיטות שונות לתשלום שכר עבודה</p> <p>4. הלומדים יכירו ויבינו את ההבחנה בין שוק עבודה משוכלל לשוק עבודה מוגבל</p>	<p>1. הסכם שכר</p> <p>2. שכר עבודה</p> <p>3. שכר מינימום</p> <p>4. הקפאת שכר</p> <p>5. חוזה אישי</p>	<p>הצגת הנושא ניתוח קטעי עיתונות אקטואליים סיכום</p>
<p>5. <u>הנעת עובדים</u></p> <p>5.1 תיאוריות להנעת עובדים</p> <p>5.1.1 תורת הצרכים של מאסלו</p> <p>5.1.2 <u>תורת ההוגנות של אדמס</u></p> <p>5.1.3 <u>המטרה של לוק</u></p> <p>5.2 עידודים חומריים להנעת</p>	5	<p>ניהול משאבי אנוש עמ' 164-167, 170-172, 175-177</p> <p><u>הגורם האנושי בעבודה</u> עמ' 219-222, 274-339</p> <p><u>שיטות ארגון וניהול</u> עמ' 121-129</p> <p><u>משאבי אנוש עמו'</u> 17-20</p> <p><u>ארגון וניהול עמו'</u> 209-219</p>	<p>1. הלומדים יגדירו את המושג הנעה</p> <p>2. הלומדים יבינו מהו הצורך בהנעת עובדים</p> <p>3. הלומדים יכירו בחשיבות ובתרומה של הנעת עובדים לעובד עצמו, לארגון, למשק הכלכלי</p> <p>4. הלומדים יכירו תיאוריות שונות להנעת עובדים</p> <p>5. הלומדים יכירו</p>	<p>1. הנעה</p> <p>2. הנעת עובדים</p> <p>3. צורך</p> <p>4. צרכים מדרג גבוה</p> <p>5. צרכים מדרג נמוך</p> <p>6. איזון, הוגנות</p> <p>7. עידוד</p> <p>8. עידודים חומריים</p> <p>9. עידודים מוראליים</p>	<p>המורה יציג את התיאוריות השונות בכיתה.</p> <p>המורה והתלמידים יציגו דוגמאות לתיאוריות שהוצגו. הנחיית דיון ביקורתי על התיאוריות השונות הרלוונטיות והאקטואליות של כל אחת מהן. דוח הרצאה</p>

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
עובדים 5.3 עידודים לא חומריים להנעת עובדים			אמצעים שונים להנעת עובדים 6. הלומדים יבחינו בן אמצעים חומריים ולא חומריים להנעת עובדים והשפעת כל אחד מהם על רמת ההנעה		
6.אתיקה <u>בעסקים</u> 6.1 מבוא 6.2 אחריות אתית וחברתית 6.3 אחריות תאגידית 6.4 אתיקה ושקיפות 6.5 אתיקה סביבתית 6.6 השקעה בקהילה 6.7 שיווק חברתי 6.8 השקעה בסביבת עבודה	1 2 2 1 2 1 2 1	קוטלר עמי'-860- 865 ארגון מעלה- http://www.maala.org.il אתיקה טובה לעסקים עמוי'-19- 164-,43-53,20 175,176-194,229- 245	1. הלומדים יכירו את המושגים מוסר, אתיקה, ערכים, אתיקה בעסקים. 2. הלומדים יבחינו וירכשו עקרונות מוסר רלוונטיים להתמודדות עם שאלות מוסריות בניהול עסקים 3. התלמידים יזהו את הבעיות המוסריות הכרוכות בתחומים השונים של הפעילות העסקית 4. התלמידים יחשפו לדילמות מוסריות בעסקים באמצעות אירועים מהשוק הישראלי והעולמי. 5. התלמידים יגלו אמפתיה ורגישות ערכית וחברתית לניצול ופגיעה בגורמים שונים כתוצר לוואי של הפעילות	1. אתיקה 2. אחריות 3. מוסר 4. ערכים 5. שקיפות 6. אתיקה סביבתית 7. שיווק חברתי	המורה יציג את הנושא והדילמות העולות ממנו בכיתה. המורה והתלמידים יציגו דוגמאות לדילמות שהוצגו. הנחיית דיון ביקורתי על התיאוריות השונות, הרלוונטיות והאקטואליות של כל אחת מהן. ניתוח אירועים, ידיעות ומאמרים אקטואליים בנושא.

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
			העסקית		
7. <u>מבוא לשיווק</u>	1	<u>ניהול השיווק חלק</u> א' פרקים 1.1 <u>קוטלר עמו' 15-22</u>	1. הלומדים יגדירו את המושג שיווק וידעו מהי חשיבות פעולת השיווק	1. שיווק	
8. <u>גישות בשיווק</u> 8.1 תפיסת היצור תפיסת המוצר תפיסת המכירות התפיסה השיווקית התפיסה השיווקית- חברתית. 8.2 תועלות מן המערכת השיווקית- צורה, מקום, זמן, בעלות ומידע. 8.3 אתיקה בעסקים בגישות השיווקיות.	5 2 1 2	<u>ניהול השיווק חלק</u> א' פרקים 1.1 1.4 קוטלר עמו' 37-55 WWW.STRAUS.CO.IL WWW.TNUVA.CO.IL אתיקה טובה לעסקים עמו' -159-163	1. הלומדים יכירו את הגישות השונות. 2. הלומדים יכירו את היתרונות והחסרונות של כל גישה. 3. הלומדים יפתחו יכולת השוואה בין הגישות השונות. 4. הלומדים ישוו בן הגישות השונות מהיבט ערכי, מוסרי וחברתי	1. תפיסת היצור 2. תפיסת המוצר 3. תפיסת המכירות 4. תפיסה שיווקית חברתית 5. תפיסה שיווקית 6. תועלת 7. תועלת זמן 8. תועלת מקום 9. תועלת צורה 10. תועלת בעלות 11. תועלת מידע	המורה יציג את התיאוריות השונות בכיתה. המורה והתלמידים יציגו דוגמאות לתיאוריות שהוצגו. הנחיית דיון ביקורת על התיאוריות השונות. התלמידים ינתחו אירועים, ידיעות ומאמרים עבודת חקר
9. מושגי יסוד בהתנהגות צרכנים	2	<u>ניהול השיווק חלק</u> ב' יח' 4 <u>קוטלר עמו' 221</u> WWW.CONSUMERS.ORG.IL	1. הלומדים יכירו את מבנה המדרג. 2. הלומדים יבינו את המשמעות ואת התנאים הנדרשים לצורך עליה משלב לשלב במדרג. 3. הלומדים ינתחו אירועים שונים על בסיס	1. מדרג הצרכים של מאסלו	המורה יציג הנושא בכיתה. המורה ינחה דיון על אקטואליות ורלוונטיות התיאוריה.

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
			הידע והמושגים שרכשו.		
10. <u>אסטרטגיות שיווק</u> 10.1 אסטרטגיה מהי 10.2 פילוח שוק- משתני פילוח, תנאים לפילוח יעיל, בחירת שוק מטרה 10.3 אסטרטגיות כיסוי חלופיות- אחיד מבודל מרוכז	1 4 2	<u>ניהול השיווק יח'</u> 4,5 <u>קוטלר עמו'</u> 284-315 WWW.ISRACR D.CO.IL WWW.NATOUR.CO.IL WWW.MATERN.A.CO.IL WWW.HAARET.S.CO.IL	1. הלומדים יכירו את בסיסי הפילוח ומשתני הפילוח השונים. 2. הלומדים ידעו להבחין בין בסיסי פילוח למשתני פילוח. 3. הלומדים ידעו מהם התנאים לפילוח יעיל. 4. הלומדים ידעו להרכיב שוק מטרה. 5. הלומדים יכירו את סוגי האסטרטגיות החלופיות, את היתרונות והחסרונות של כל אסטרטגיה 6. הלומדים יישמו את המושגים והידע שרכשו באמצעות ניתוח חברות שונות. 7. הלומדים ימליצו על אסטרטגיות כיסוי חלופיות לחברות שונות.	1. אסטרטגיה 2. פילוח שוק 3. שוק מטרה 4. פילוח יעיל 5. שיווק אחיד 6. שיווק מבודל 7. שיווק מרוכז/ ממוקד	הצגת הנושא בכיתה על די המורה. המורה והתלמידים יתרגלו פילוח שוק. המורה והתלמידים ינתחו פילוח שוק ובחירת קהל מטרה של חברות שונות באמצעות מנועי החיפוש באינטרנט, ניתוח ידיעות וכתבות אקטואליות.
11. <u>פרסום וקידום מכירות</u> 11.1 אתיקה	2 2	<u>קוטלר עמו'</u> 701-733 "אותות" 98, מס'	1. הלומדים יבינו מהם יעדי הפרסום ומהי חשיבותו הן	1. פרסום 2. יעדי פרסום 3. קידום מכירות	המורה יציג את הנושא והדילמות העולות ממנו בכיתה.

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
בפרסום		218, עמ' 14-15, 58, הוצאת איגוד המפרסמים בישראל	<p>לפירמה והן לצרכנים</p> <p>2. הלומדים יכירו את ערוצי הפרסום השונים</p> <p>3. הלומדים יכירו את מטרות קידום המכירות</p> <p>4. הלומדים יכירו כלים לקידום מכירות</p> <p>5. הלומדים י בינו את ההבדלים בין פרסום לקידום מכירות</p> <p>6. הלומדים יבינו את משמעות האתיקה בפרסום</p> <p>7. הלומדים ילמדו להבחין בפרסום מטעה, פרסום שאינו מבוסס, פרסום מוצרם מזיקים, העלבת הצרכן</p>		<p>המורה והתלמידים יציגו דוגמאות לדילמות שהוצגו. ניתוח אירועים, ידיעות ומאמרים אקטואליים בנושא.</p> <p>בחינת מחצית- בחינה מסכמת.</p>
12. אסטרטגיון ת שיווק (המשך) 12.1 מודל תיק המוצרים- מטריצת התיק. 12.2 תמהיל	6 4	<p><u>ניהול השיווק</u> כרך א' יח' 2 עמו' 14-15 כרך ב' יח' 6 עמו' 1-3,6-8,19-23,24-28,29-33,34-40,41-47.</p> <p><u>קוטלר</u> עמו' 97-105,284-315</p>	<p>1. הלומדים יכירו את מבנה המטריצה וידעו לשרטט אותה.</p> <p>2. הלומדים יבינו מהם המאפיינים המרכזיים של כל יחידה במטריצה.</p> <p>3. על פי</p>	<p>1. מטריצת התיק</p> <p>2. שיעור צמיחת השוק</p> <p>3. נתח שוק</p> <p>4. נתח שוק יחסי</p> <p>5. תמהיל שיווק</p> <p>6. תמהיל מוצרים</p> <p>7. תמהיל מחיר</p> <p>8. תמהיל תקשורת</p>	<p>המורה יציג את הנושא. המורה ישרטט ויסביר את מטריצת התיק. התלמידים בהנחיית המורה ישתמשו במנועי חיפוש אינטרנטיים</p>

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
השיווק			<p>המאפיינים, ידעו הלומדים למקם פירמות שונות ומוצרים שונים על גבי המטריצה.</p> <p>4. הלומדים יעריכו את מצב הפירמה בהווה ואת מצבה בעתיד לפי מיקום מוצריה על גבי המטריצה.</p> <p>5. הלומדים יכירו את כל מרכיבי תמהיל השיווק ואת חשיבות התמהיל לפירמה.</p> <p>6. הלומדים יעקבו אחר פירמות שונות, באמצעות כלי התקשורת ויבנו את תמהיל השיווק שלהן.</p>	שיווקית 9. תמהיל הפצה.	<p>למציאת נתונים על נתח שוק של חברות בענפים מובילים במשק, יחשבו נתח שוק יחסי ושיעור צמיחת השוק, יציבו את הנתונים במודל, יסיקו מסקנות ויתכננו אסטרטגיות שיווק לחברות שנבחרו.</p>
12 א' סיור במרכז המבקרים "תנובה" במרכז המבקרים "קוקה" קולה"- בני ברק	1 ש- הכנה לסיור 4 ש- סיור 4 ש- דיון, מסקנו ת, סיכום הסיור ודוח סיור.		<p>1. הלומדים יכירו את מערך היצור של החברה.</p> <p>2. הלומדים יכירו את מערך ההפצה של החברה וינתחו מהם הסיבות לבניית מערך זה</p> <p>3. הלומדים יבינו מהי התפיסה השיווקית של החברה ואילו</p>	חזרה על מושגים שנלמדו עד כה.	<p>הכנה לסיור סיור דוח סיור</p>

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
			<p>אמצעים היא נוקטת על מנת ליישם תפיסה זו.</p> <p>4. הלומדים יכירו את מגוון מוצרי החברה וידעו לנתח את מצב החברה בהווה ואת סיכוייה בעתיד, בהתאם לתכנים שנלמדו.</p> <p>5. הלומדים יבינו, יקשרו ויישמו מושגים ותיאוריות שנלמדו כגון: מיצוב, מיתוג, תפקידי האריזה, תמהיל השיווק ועוד במהלך הסיוור ובעקבותיו.</p>		
<p>13. <u>מדיניות מוצרים</u></p> <p>13.1 תמהיל מוצרים-קו מוצרים מוצרים</p> <p>13.2 מיצוב, בידול, מיתוג</p>	<p>4</p> <p>4</p>	<p><u>ניהול השיווק</u> כרך ג' יח' 7</p> <p><u>קוטלר</u> עמו' 318-346,390-391,481-520</p>	<p>1. הלומדים ידעו את המושגים את המושגים- תמהיל מוצרים, קו מוצרים ופרטי מוצר וידעו להבחין בניהם</p> <p>2. הלומדים ידעו להבחין בין רוחב קו מוצרים לעומק הקו ויבינו את החשיבות של כל אחד מהם לפירמה</p> <p>3. הלומדים יכירו את אסטרטגיות מתיחת קו הקיימות(מעלה/מטה) ואת היתרונות</p>	<p>1. תמהיל מוצרים</p> <p>2. קו מוצרים</p> <p>3. פריט מוצר</p> <p>4. רוחב תמהיל</p> <p>5. עומק תמהיל</p> <p>6. מתיחה כלפי מעלה</p> <p>7. מתיחה כלפי מטה</p> <p>8. מיצב</p> <p>9. מיתוג</p> <p>10. מיתוג יצרן</p> <p>11. מיתוג משפחתי</p> <p>12. מיתוג פרטי</p> <p>13. מיתוג משולב</p> <p>14. בידול</p>	<p>המורה יציג הנושא בכיתה.</p> <p>המורה והתלמידים יחפשו נתונים רלוונטיים במנועי חיפוש שונים על תמהיל המוצרים ואמצעי המיתוג של פירמות שונות, יציגו וינתחו את הנתונים באופן בקורתי ומושכל ויפיקו לקחים ומסקנות.</p>

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
			<p>והחסרונות של כל אחת מהן</p> <p>7. הלומדים יכירו את המושג מיצוב ומשמעותו לפירמה וידונו בסוגים שונים של מיצוב</p> <p>8. הלומדים יכירו את המושג מיתוג, דרכים למתג וחשיבות המיתוג לפירמה</p> <p>9. הלומדים יכירו סוגים שונים של מיתוג וידונו ביתרונות ובחסרונות של כל אחד מסוגי המיתוג</p>		עבודת חקר
<p>14. <u>מדיניות מחירים</u></p> <p>14.1 המחיר משמעותו וחשיבותו</p> <p>14.2 מטרות ההמחרה- רווחים, מכירות, הישרדות</p> <p>14.3 שיטות המחרה- בסיס עלויות, ניתוח ביקוש</p> <p>14.4 מדיניות מחירים- הנחות, אפליית מחירים, המחרת קו מוצרים,</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>3</p> <p>3</p>	<p><u>ניהול השיווק</u> כרך ג' פרק 8</p> <p><u>קוטלר</u> עמו' -550-557,566,569-574</p>	<p>1. הלומדים יבינו את משמעות קביעת מחיר נכון וחשיבות המחיר לפירמה והשפעת המחיר על התנהגות הצרכן</p> <p>2. הלומדים יכירו מטרות המחרה שונות</p> <p>3. הלומדים יבינו כיצד שינוי בתנאי השוק עשויים להשפיע על שינוי מטרות ההמחרה</p> <p>4. הלומדים יכירו שיטות שונות של המחרה</p> <p>5. הלומדים יבינו</p>	<p>1. מחיר</p> <p>2. המחחרת עלויות</p> <p>3. המחרה על בסיס גמישות הביקוש</p> <p>4. הנחות</p> <p>5. פליית מחירים</p> <p>6. המחרת קו מוצרים</p> <p>7. המחרה פסיכולוגית</p> <p>8 המחרת יוקרה</p> <p>9. המחרה במספרים בלתי מעוגלים</p> <p>10. המחרת מוצרים חדשים</p> <p>11. המחרת גריפה</p> <p>12. המחרת חדירה</p>	<p>בחינת מחצית- בחינה מסכמת.</p>

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
המחרה פסיכולוגית, מספרים לא מעוגלים, טור מחירים, המחרת יוקרה 14.5 המחרת מוצרים חדשים- גריפה, חדירה 14.6 אתיקה בהמחרה	2 2		מהם השיקולים המנחים את הפירמה בבחירת שיטת ההמחרה מסוימת 6. הלומדים ידונו במשמעות ההמחרה מהיבט ערכי ומוסרי		
מימון 15. הפירמה ומטרותיה השגת רווח מרבי-מגבלות המטרה העלאת ערך הפירמה תועלת המנהלים גידול, צמיחה	1	נחמיאס- <u>תורת המימון</u> חלק א' עמ' 11-33.	1. הלומדים יכירו את המושג מימון ואת חשיבותו 2. הלומדים יכירו את מקורות המימון השונים של הפירמה ואת היתרונות לעומת הסיכונים בכל מקור 3. הלומדים יכירו מטרות שונות של הפירמה וידונו בבעייתיות בהגדרת מטרות הפירמה	1. פירמה 2. רווח 3. צמיחה 4. רווח	הצגת הנושא על ידי המורה דיון בנושא השאת רווח ומדידת רווח
16. <u>המבנה הארגוני של הפירמה</u> 16.1 האספקט הניהולי 16.2 האספקט המשפטי-	2	נחמיאס – <u>תורת המימון</u> חלק א' עמ' 37-52 <u>ברגיןר-בשן</u> עמ' 11-14	1. הלומדים ידעו להגדיר סוגי התארגנויות שונים 2. הלומדים ישוו בין סוגים שונים של התארגנות על פי קריטריונים מוגדרים	1. פירמה בבעלות יחיד 2. פירמה שותפות 3. נייר ערך 4. מניה 4. פשיטת רגל 5. כונס נכסים 6. נושה 7. ערבון בלתי מוגבל 8. ערבון מוגבל	הצגת הנושא בכיתה על די המורה דיון בכיתה על רמת הסיכון של בעלי הפירמות השונות, רמת הסיכון של הצרכן, האינטרסים של המשק, ההיבט העסקי- כלכלי

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
צורות התארגנויות עסקיות: פירמה פרטית, שותפות, חברה מוגבלת, במניות, חברה ציבורית בע"מ				9. חברה ציבורית בערבון מוגבל	לעומת ההיבט המשפטי ועוד.
17. <u>דרכי גיוס הון</u> 17.1 ניירות ערך, מניה 17.2 סוגי מניות-רגילה, בכורה, צוברת 17.3 אג"ח ערך ראלי ונומינלי של אג"ח סוגי אג"ח- צמודות מדד, צמודות מט"ח, המרות במניות הבדלים בין אג"ח למניות	1 4 4 1		1. הלומדים יכירו את דרכי גיוס ההון השונות של הפירמה 2. הלומדים יבינו את המשמעות השונה של דרכי גיוס ההון השונות לפירמה 3. הלומדים ישוו בין סוגי ניירות הערך השונים על פי קריטריונים מוגדרים 4. הלומדים יכירו שיטות חישוב שונות למדידת השינוי בשווי ני"ע השונים 5. הלומדים יישמו את המושגים ושיטות החישוב השונות באמצעות תרגול	1. מניית בכורה 2. מניית בכורה צוברת 3. מנייה רגילה 4. שער המנייה 5. מחיר המנייה 6. דיבידנד 7. אגרת חוב 8. אג"ח צמודות מטבע חוץ 9. אג"ח צמודות מדד מחירים לצרכן. 10. מדד מחירים לצרכן	המורה יציג את הנושא בכיתה המורה והתלמידים ידונו בחלופות השונות הן מנקודת ראות של המשקיע והן מנקודת ראות של הפירמה. המורה יתרגל מגוון תרגילים בנושא המורה והתלמידים יגלו באתר "מאיה".
הורה יציג את האתר לתלמידים והתלמידים יצפו בנתוני מסחר יומיים, חודשים וכו'					

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
18. <u>שוק ההון</u> שוק ניירות הערך שיטות מסחר שונות השוק הראשוני והשוק המשני	1	נחמיאס-תורת המימון חלק ה' עמ' 83-91 www.aonline.co.il	1. הלומדים יבינו את משמעות גיוס ההון בבורסה לפעילות העסקית של הפירמה ולפעילות הכלכלית של המשק 2. הלומדים יכירו שיטות מסחר שונות בבורסה 3. הלומדים י בחי נו בין השוק הראשוני לשוק המשני	1. הון רשום 2. הון מונפק 3. הון נפרע 4. בורסה 5. שוק ראשוני 6. שוק משני	הצגת הנושא על די המורה בכיתה
19. א. <u>סיוור</u> בבורסה.	1 ש'- הכנה לסיוור 4 ש'- סיוור 4 ש'- דיון, מסקנו ת, סיכום הסיוור ודוח סיוור		1. הלומדים יבינו וידעו להגדיר מהו נייר ערך. 2. הלומדים יבינו את משמעות גיוס ההון בבורסה לפעילות העסקית של הפירמה ולפעילות הכלכלית במשק. 3. הלומדים יכירו סוגים שונים של ני"יע . 4. הלומדים יכירו שיטות מסחר שונות בבורסה	חזרה על מושגים שנלמדו עד כה	הכנה לסיוור סיוור דוח סיוור
20. <u>הדוחות</u> הכספיים של		נחמיאס- תורת המימון חלק ב' עמ'	1. הלומדים יכירו את מבנה המאזן וכללי	1. דוח כספי 2. ניתוח פיננסי	המורה יציג את הנושא בכיתה

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
<u>הפירמה</u> 20.1 מאזן כללי הרישום במאזן 20.2 דוח רווח והפסד 20.3 דוח ייעוד רווחים הקשר בין דוח רווח והפסד, דוח ייעוד רווחים ומאזן הפירמה 20.4 אתיקה ושקיפות	6 6 2 4	33-36,50-58 <u>ברגינר/בשן עמוי</u> 14-3 WWW. IL.CO.AONLINE	הרישום בו 2. הלומדים יתרגלו בניית מאזן 3. הלומדים יכירו את מבנה דוח רווח והפסד 4. הלומדים יתרגלו בניית דוח רווח והפסד 5. הלומדים יכירו מבנה דוח ייעוד רווחים 6. הלומדים יתרגלו בניית דוח ייעוד רווחים 7. הלומדים ידעו ויתרגלו בניית דוח רווח והפסד, דוח ייעוד רווחים ומאזן פירמה כחטיבה אחת 8. הלומדים יבינו את הקשרים וההשפעות ההדדיות של הדוחות זה על זה 9. הלומדים יכירו ויבינו את הערך המוסף של ערכים כגון הגינות, שקיפות, כנות ועוד כתשתית לבניית מערכת יחסים יציבה עם ספקים, לקוחות, משקיעים, רשויות המס ובעלי עניין אחרים בקהילה	3.מאזן 4. נכסים קבועים 5. נכסים שוטפים 6. הון עצמי 7. התחייבויות קבועות 8. נתחייבויות שוטפות 9. דוח רווח והפסד 10. דוח ייעוד רווחים	המורה והתלמידים יתרגלו הנושא בכיתה בחינת מחצית- בחינה מסכמת
21. <u>ניתוח דוחות פיננסים</u> 21.1 יחסי נזילות- יחס מהיר, יחס שוטף 21.2 יחסי	3 4	נחמיאס- <u>תורת המימון חלק ב'</u> עמוי' 67-79 <u>ברגינר/בשן עמוי</u> 67-84 WWW. IL.CO.AONLINE	1. הלומדים יכירו את היחסים השונים, יבחינו בניהם ויבינו את משמעותם 2. הלומדים יתרגלו את היחסים השונים 3. הלומדים יסיקו מסקנות לגבי מצב	1. יחס שוטף 2. יחס מהיר 3. יחסי מנוף פיננסי 4. שולי רווח במכירות 5. שיעור התשואה על ההון המושקע 6. סדרה עיתית	המורה יציג את הנושא בכיתה המורה והתלמידים יתרגלו הנושא בכיתה עבודת חקר

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
<p>מנוף</p> <p>פיננסים- הון עצמי/נכסים הון זר/ נכסים יחסי רווחיות- רווח- למכירות רווח-לנכסים 21.3 יחסי הון מניות 21.4 ניתוחי מגמה- סדרה עתית</p>	3 2		<p>הפירמה על בסיס ניתוח היחסים השונים</p> <p>4. הלומדים יכירו שיטות לניתוח מגמה</p> <p>5. הלומדים יוכלו להעריך שינויים במצב הפירמה על בסיס ניתוחי מגמה שונים</p>		
<p>22. <u>תמחיר</u></p> <p>22.1 מבוא</p> <p>22.2 מיון עלויות- עלויות עלויות, משתנות, עלויות קבועות, עלויות משתנות וישירות, משתנות ועקיפות, קבועות וישירות, משתנות ועקיפות, קבועות וישירות, קבועות ועקיפות</p> <p>22.3 סוגי עלויות-</p>	2 5 5	<p><u>ברגינר/בשן עמו'</u> 85-108</p> <p><u>לבנת כרך א' עמו' 9-</u> 34</p> <p><u>פלדבוי עמו' 37-4</u></p>	<p>24.1.1 הלומדים ידעו להגדיר את המושג תמחיר</p> <p>24.1.2 הלומדים יבינו את חשיבות התמחיר לחשיבה הניהולית בפירמה</p> <p>24.1.3 הלומדים יבינו את הקשר בין תמחיר לביקוש והיצע</p> <p>24.1.4 הלומדים יבינו את הקשר בין תמחיר לדוחות הכספיים של הפירמה</p> <p>24.2.1 הלומדים יכירו עלויות שונות בפירמה</p> <p>24.2.2 הלומדים ימיינו עלויות שונות בפירמה</p> <p>הלומדים יציגו באופן גרפי עלויות שונות</p>	<p>1. עלות</p> <p>2. עלות משתנה</p> <p>3. עלות קבועה</p> <p>4. עלות ישירה</p> <p>5. עלות עקיפה</p> <p>6. תמחיר לפי הזמנה</p> <p>7. תמחיר לפי עלויות</p> <p>8. נקודת איזון</p> <p>9. תקציב</p> <p>10. בקרה</p>	<p>המורה יצג את הנושא בכיתה. התלמידים והמורה ידונו בשאלת העלות ואופן מדידתה. התלמידים והמורה יידונו בסוג תמחיר שונים, ויתרונות וחסרונות לכל סוג המחרה. המורה ישרטט העלויות השונות. התלמידים יתרגלו הנושא. המורה והתלמידים ישוחחו על חשיבות התכנון מראש יכינו תקציב ויתרגלו הנושא.</p>

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
חומרים, עבודה, שיטות לתשלום שכר עבודה, הוצאות סוציאליות, הוצאות עקיפות, מחלקות שרות	4	<u>לבנת כרך א' עמו'</u> 55-79 <u>פלדבוי עמו' 79-98</u> <u>ברגינר/בשן עמו'</u> 118-129 <u>לבנת כרך א' עמו'</u> 113-125 <u>פלדבוי עמו' 99-116</u> <u>ברגינר/בשן עמו'</u> 142-149	24.3.1 הלומדים יכירו סוגי עלויות שונות בפירמה 24.3.2 הלומדים יכירו שיטות שונות לתשלום שכר עבודה 24.3.3 הלומדים ידעו לזהות שיטות שונות לתשלום שכר עבודה בתלוש שכר(משכורת בחשבונאות) 24.3.4 הלומדים יכירו את סוגי ההוצאות הסוציאליות השונות לעובד. 24.3.5 הלומדים יבינו את הקשר בין תשלום הוצאות סוציאליות לסה"כ הוצאות הפירמה והשפעתן על הרווח		התלמידים והמורה ידונו בחשיבות הבקרה ויעסקו בניתוח אירועים שונים.
22.4 תמחיר לפי הזמנה	5	<u>לבנת כרך ב' עמו' 9-</u> 40 <u>פלדבוי עמו' 136-</u> 155 <u>נחמיאס-תורת המימון חלק ב' עמו'</u> 143-176	24.3.4 את סוגי ההוצאות הסוציאליות השונות לעובד. 24.3.5 הלומדים יבינו את הקשר בין תשלום הוצאות סוציאליות לסה"כ הוצאות הפירמה והשפעתן על הרווח		בחינת מחצית- בחינה מסכמת
22.5 נקודת איזון הוצאות קבועות, הוצאות משתנות נק' איזון תפעולית השיטה הגראפית השיטה האלגברית תכנון רווחיות באמצעות נק' איזון השפעת השינוי במחיר ליח' על נק' האיזון	5 5	<u>ברגינר/בשן עמו'</u> 142-149 <u>לבנת כרך ב' עמו'</u> 49-82 <u>פלדבוי עמו' 136-</u> 155 <u>ברגינר/בשן עמו'</u>	24.3.6 הלומדים יבינו את הקשר בין הוצאות סוציאליות לבין אי שוויון כלכלי, הכנסה, תצרוכת וחסכון 24.4.1 הלומדים ידעו מהו תמחיר הזמנה וידעו לחשב בשיטה זו 24.4.2 הלומדים ידעו באיזה מקרים יש לנקוט בשיטת תמחיר זו 24.4.3 הלומדים יזהו ענפים בהם שיטת תמחיר זו מתאימה 24.5.1 הלומדים יבינו מהי נקודת האיזון		

נושא	מספר שעות	מקורות	מטרות אופרטיביות	מושגים מרכזיים	דרכי הוראה וההערכה
<p>השפעת השינוי בהוצאות הקבועות על נקי איזון</p> <p>22.6 תקציב ובקרה</p>		<p>151-156 <u>לבנת כרך ב' עמו'</u> 195-225 <u>פלדבוי עמו' -156</u> 184 <u>ברגינר/בשן עמו'</u> 158-162 <u>לבנת כרך ב' עמו'</u> 237-243, 135-176 <u>פלדבוי עמו' -228</u> 257</p>	<p>24.5.2 הלומדים ידעו לחשב את נקי האיזון בשיטות שונות</p> <p>24.5.3 הלומדים ידעו להציג את נקי האיזון בדרך גראפית</p> <p>24.5.4 הלומדים ידעו לחשב השפעת שינויים במשתנים שונים על נקי האיזון</p> <p>24.5.5 הלומדים יבינו ויחשבו את הקשר בין נקי האיזון לבין מחיר המוצר</p> <p>24.5.6 הלומדים ידעו לחשב את נקי הייצור האופטי מלית לפירמה</p> <p>24.6.1 הלומדים יכירו את המושג תקציב ואת מטרותיו</p> <p>24.6.2 הלומדים יכירו את תפקידי התקציב</p> <p>24.6.3 הלומדים יכירו את מבנה התקציב וידעו לערוך תקציב</p>		
					<p>בחינת מתכונת</p> <p>בחינת בגרות</p>
	סה"כ 180 ש"ש				

מושגים מרכזיים בתכנית הלימודים

הגדרה	מושג
אוסף של פעולות רציונאליות שעל המנהל לנקוט על מנת להפעיל את האמצעים והמשאבים העומדים לרשותו, ביניהם גם משאבי אנוש, לשם השגת מטרות של מקום העבודה בדרך היעילה ביותר	ניהול
טכנולוגיית המידע- הרשת הכלל עולמית של המחשבים המחוברים ביניהם-אינטרנט. התפשטותן של רשתות תקשורת חובקות תבל ועיתונות אלקטרונית המביאה לשינוי בהרגלי צריכת המידע וכרוכה ביצירתן של תעשיות חדשות המתמחות ביצור המידע, באריזתו ובהובלתו לצרכן.	מהפכת מידע
בני האדם שמייצרים נכסים בעבודתם, משאבי האנוש המיומנים התורמים לתהליך היצור. שם חליפי לעבודה כגורם יצור המייצג השכלה, מיומנות וכושר יישום המרחיבים את כושר ייצור המשק	משאבי אנוש
תהליך של קבלת החלטות בתחומים שונים הקשורים לגיוסו, מיונו, הכשרתו, פיתוחו, תפעולו ותחזוקתו של כוח האדם בארגון העבודה	ניהול משאבי אנוש
מצב בו המשק מסוגל לייצר כמות גדולה יותר של מוצרים מכמות המוצרים שייצר בעבר, הרחבת פוטנציאל היצור של המשק	צמיחה כלכלית
תיאור גרפי של הביקוש וההיצע לעובדים	שוק העבודה
שוק בו המחירים של כל גורמי היצור הנשכרים זהים לכל הפירמות במשק מאותו סוג	שוק משוכלל

מושג	הגדרה
תעסוקה מלאה	מצב בו לא קיימים במשק פרטים המבקשים תעסוקה ואינם מצליחים להשיגה
הסכם שכר	חוזה המפרט את תנאי העסקת העובד חוזה אישי: הסכם בן עובד יחיד ומעסיק חוזה קיבוצי: הסכם בן קבוצת עובדים למעסיק או קבוצת מעסיקים
שכר עבודה	התמורה שמקבל העובד בתמורה לעבודתו "מחיר" לעובד או מחיר לשעת/יום עבודה
שכר עבודה מינימום	השכר הנמוך ביותר שהמעביד רשאי לשלם לעובד
הקפאת שכר	שכר עבודה קבוע שלא ניתן לרדת/ לעלות ממנו
אבטלה	מצב בו חלק מגורמי היצור במשק אינם מועסקים
אבטלה חיכוכית	מקורה בגורמים המפריעים לזרימת היצע של כוח עבודה למילוי תפקידים נדרשים כמו מצבים בהם ארגון מחדש של תהליכי העבודה בפירמה, הדורשים הסבה מקצועית של עובדים
אבטלה מבנית	נוצרת כתוצאה מחוסר איזון בן כישוריהם של מחפשי העבודה לבן הכישורים הנדרשים למשרות הפנויות. נגרמת בד"כ משינויים מהותיים במבנה הכלכלי של המשק, בעיקר בטכנולוגיה
הנעה	כוח או דחך הנוצר כאשר צרכים גופניים, נפשיים או חברתיים תובעים את סיפוקם. כוח זה עשוי להוביל להתנהגות תכליתית שמטרתה לספק את הצרכים שהתעוררו ולהחזיר את האיזון. רצון מצד הפרט להשקיע מאמץ למען השגת מטרות הנראות לו כדאיות
אחריות חברתית	תרגום ניהול הביצועים החברתיים למדייניות ופעולות של התאגיד באופן המשלב הצלחה כלכלית, חברתית וסביבתית
אתיקה בעסקים	ההגעה להחלטה ראויה באשר לדילמות מוסריות בעסקים תוך התבססות על תחומים כלכליים, חוקיים ומוסריים.
מוסר	מערכת הכללים ואמות המידה להתנהגות בחברה

מושג	הגדרה
סוד מסחרי	מידע עסקי מכל סוג שאינו נחלת הרבים ושאינו ניתן לגילוי בנקל על ידי אחרים
ניגוד עניינים	מצב בו ליחיד או לקבוצה יש מגמות עניין סותרות במסגרת תפקיד שהם ממלאים, מצב שעלול למנוע מהם לבצע את תפקידם בצורה הולמת והוגנת.
אפליה	יחס לא שוויוני בנוגע להחלטות פרסונאליות הנוגעות לקבלה לעבודה, קידום, תנאי עבודה וקידום הנובעות מאמונות טפלות או יחס מוטה כלפי קבוצות מסוימות באוכלוסייה.
שיווק	פעילות ניהולית ואנושית שנועדה לספק צרכים ורצונות באמצעות תהליך החליפין
תפיסת היצור	תפיסה המניחה כי צרכנים יעדיפו מוצרים זמינים הנמצאים בהישג ידם הן מבחינת מיקומם והן מבחינת מחירם
תפיסת המוצר	תפיסה המניחה כי צרכנים יעדיפו את המוצרים בעלי האיכות הגבוהה ביותר במחיר נתון
תפיסת המכירות	תפיסה המניחה כי צרכנים ירכשו את מוצרי הפירמה, בהתאם למאמצי הפירמה לעורר את עניינם במוצר
גישה שיווקית	גישה המניחה כי המפתח להצלחת הפירמה נעוץ בקביעת הצרכים והרצונות של שוק המטרה ובהתאמת הארגון לסיפוק רצונות אילו בצורה הטובה והיעילה ביותר ביחס לפירמות המתחרות
תפיסה שיווקית חברתית	גישה שיווקית המתאימה גם לשינויים הסביבתיים המתרחשים ובד בבד עם סיפוק הצרכים והרצונות של שוק המטרה פועלת לקידום מטרות חברתיות
תועלת	סיפוק המוענק לצרכן באמצעות השימוש/רכישת המוצר
תועלת צורה	סיפוק מעשי המתקבל מעצם השימוש במוצר וסיפוק פסיכולוגי הנובע ממערכת הסמלים שהמוצר מעניק
תועלת מקום	סיפוק הנובע מזמינות המוצר לצרכן
תועלת זמן	סיפוק הנובע מיכולת הפרט לצרוך את המוצר במועד הרצוי לו ולאזן דווקא בסמוך למועד

מושג	הגדרה
	היצור
תועלת בעלות	מעניקה לפרט תחושת קניין מעצם רכישת המוצר והבעלות עליו
תועלת מידע	סיפוק הנובע מהמידע שהמערכת השיווקית תורמת על המגוון, תכונות המוצר ומקום הרכישה. על ידי כך מצמצם הצרכן מאמץ וזמן באיסוף מידע
מדרג הצרכים של מאסלו	מיון הצרכים האנושיים לקבוצות עיקריות ודירוגם בסולם
אסטרטגיה	תכנית פעולה מרכזית שנועדה לסייע לפירמה לממש את היעדים שקבעה
פילוח שוק	חלוקת ציבור הצרכנים לקבוצות הנבדלות זו מזו במאפיינים המסבירים הבדלי התנהגות צרכנית, באמצעות משתנים שהוגדרו למטרה זו
שוק מטרה	פלח שוק בעל פוטנציאל שוק מרבי
שיווק אחיד	הפירמה מציעה תמהיל שיווק אחיד העונה על הצרכים המשותפים של כלל ציבור הצרכנים, תוך כדי התעלמות מהבדלים קיימים בין פלחי שוק
שיווק מבודל	הפירמה מתאימה תמהיל שיווק שונה לכל פלח בנפרד
שיווק מרוכז	הפירמה מרכזת את עיקר מאמציה בפלח שוק אחד במטרה למלא אחר מקסימום צרכי הלקוחות בפלח זה
ניתוח פיננסי	ניתוח היחס בין ההשקעה הכספית הנדרשת לבין כמות המזומנים או הרווחים הצפויים מהשקעה זו
עקומת הניסיון	ניתוח הניסיון המצטבר של הפירמה. פירמה אשר צברה את מרב הניסיון תשא ברמת ההוצאות הנמוכה ביותר ובשיעורי הרווח הגבוהים ביותר
ניתוח פערים	שיטה בה עורכים השוואה בין התרומה המתקבלת מאסטרטגיה קיימת לבין התרומה הפוטנציאלית, העשויה להתקבל מכל אחת מהאסטרטגיות עליהן צריכה הפירמה להחליט
מטריצת התיק	מודל המאפשר למיין מוצרים בארבע קטגוריות. כל קטגוריה מייצגת יחס מסוים בין

מושג	הגדרה
	נתח השוק היחסי של המוצר למתחרה העיקרי ופוטנציאל צמיחת השוק למוצר
תמהיל השיווק	מערך כלי השיווק שהפירמה מפעילה כדי להשיג את יעדיה השיווקיים, כולל ארבעה תמהילי משנה: מוצר, מחיר, מקום וקידום מכירות
מגמה אסטרטגית	דרך פעילות המשתקפת בתמהיל השיווק של הפירמה. מטרתה – צמצום הפעילות, שמירה על הקיים או הרחבה וגידול
מוצר	סחורות, שירותים, רעיונות, האמורים לספק לצרכן מגוון תועלות לסיפוק צרכיו, בתחומים שונים
תמהיל המוצרים	כלל המוצרים המוצעים ע"י הפירמה לרבות קווי המוצרים ופרטי המוצר
קו מוצרים	קבוצת מוצרים בעלי תכונות משותפות
פרטי מוצר	המוצרים הייחודיים הכלולים בכל קו מוצרים
מגוון המוצרים	מספר קווי המוצרים שהפירמה מייצרת
מחזור חיי המוצר	אורך חיי המוצר בשוק מהשלב בו הוא מוצג בשוק (שלב ההצגה) ועד היעלמותו (שלב הדעיכה)
מיתוג	כל מערכת סמני הזיהוי החיצוניים של המוצר המבדלים אותו ממתחריו
מיתוג יצרן	מיתוג שנעשה ע"י היצרן
מיתוג מפיץ	קמעונאי האחראי על המיתוג
מיתוג משפחתי	שיווק כל מוצרי הפירמה תחת שם אחד
מיתוג פרטי	מצב בו מוצרי הפירמה מופצים תחת מותגים נפרדים
מיצוב	מיקומו של המוצר לסוגיו בתודעת הצרכן
מחיר	מדד לערך המוצר על כל מגוון התועלות המופקות ממנו ונלוות אליו
המחרה על בסיס עלויות	מחיר הנקבע על בסיס אומדן הוצאות היצור, ההפצה והתקורה בתוספת אחוז מסוים
המחרת חיקוי	מחיר הנקבע על פי המחיר המקובל בשוק
אפליית מחירים	קביעת מחירים שונים לשווקים שונים או פלחי שוק שונים תוך ניצול הבדלי הביקוש בניהם
המחרה פסיכולוגית	קביעת מחיר המוצר על פי אפקטים פסיכולוגיים

מושג	הגדרה
המחרת גריפה	קביעת מחיר גבוה למוצר והקצאת משאבים רבים לקידום מכירות, כדי להבטיח החדרתו לשוק כבר בראשית מחזור חייו. מאפיין מוצרים בעלי רמת בידול גבוהה ביחס לתחליפים הקיימים בשוק או מוצרים בעלי רמת חדשנות גבוהה
המחרת חדירה	מצב בו הפירמה מחדירה מוצר חדש לשוק במחיר נמוך מהמקובל בענף
פירמה	התארגנות לצורך ייצור סחורות ושירותים ומכירתם כאמצעי להשגת רווח
רווח	ההפרש בין הפדיון להוצאות
פירמה בבעלות יחיד	בעל הפירמה מנהל בעצמו את כל עסקי הפירמה
פירמה שותפות	בין 2 עד 10 שותפים הערבים ערבות בלתי מוגבלת לעסקי הפירמה
חברת מניות בע"מ	התארגנות בצורת חברה, נרשמת לפי "פקודת החברות" וע"י כך הופכת לאישיות משפטית נפרדת מהאנשים אשר הפירמה בבעלותם
חברת מניות פרטית בע"מ	מניות החברה מוחזקות בידי המתאגדים בלבד, כחלקם בהון החברה
חברת מניות ציבורית בע"מ	חברה הרשאית לפנות לציבור בהצעה לרכוש מני"ע שהנפיקה
נייר ערך	תעודה חתומה המעידה על התחייבות של מוסד, פירמה, או אדם לשלם כספים למחזיק בנייר הערך, בתנאים שנרשמו על הנייר
מניה	נייר ערך של פירמה, המעיד על כך שהבעלים של ני"ע הוא הבעלים של הפירמה בערך הנקוב של המניה ביחס לכלל הון המניות
דיבידנד	רווחי הפירמה שהפירמה מחליטה לחלק בין בעלי המניות
אגרת חוב	ני"ע של הפירמה, המוכיח כי המחזיק בו הוא נושה של הפירמה בסכום ובתנאים הנקובים באג"ח
הון רשום	סה"כ ההון שהחברה מתכוונת לגייס מהציבור ע"י הפצת מניות ואג"ח

מושג	הגדרה
הון מונפק	אותו חלק מההון הרשום שיש לו כבר בעלים, בצורת התחייבויות חוקיות לרשם ני"ע של החברה כאשר יונפקו
הון נפרע	החלק מההון המונפק עליו שולם בפועל
מניות יסוד	אינן נסחרות בבורסה, מופיעות במחיר נמוך ונושאות זכויות יתר לגבי השליטה והניהול בחברה
מניות הנהלה	אינן נסחרות בבורסה. מקנות לבעליהן זכויות ייחודיות בבחירת הנהלת החברה
אופציה	מסמך המקנה זכות רכישת מניות בתקופה נתונה במחיר קבוע מראש
אג"ח צמודות מדד	החברה המנפיקה מתחייבת לשלם בתאריך הפדיון את הקרן עם תוספת ששיעורה תלוי בשינוי במדד המחירים לצרכן + ריבית
אג"ח צמודות מט"ח	אג"ח הנסחרות בשקלים אולם תשלומי הקרן גדלים בהתאם לשיעור העלייה של מחיר יחידת מטבע חוץ שאליו צמודה האיגרת לעומת מחירה בעת ההנפקה
אג"ח להמרה	ני"ע המקנה למחזיק בה זכות המרה למניות תוך פרק הזמן המצוין על האג"ח
בורסה	שוק מאורגן למסחר בנכסים סטנדרטים
שוק ראשוני	השוק בו מתבצעות הנפקות חדשות
שוק משני	שוק בו נסחרים ני"ע שהונפקו בעבר
מאזן	מסמך המסכם את מצב הפירמה ברגע מסוים על ידי העמדת הנכסים העומדים לרשות הפירמה מול המקורות לנכסים אלה
נכסים קבועים	נכסי הפירמה המהווים השקעות לטווח ארוך ורכוש שנועד לשרת את הפירמה במשך יותר משנה אחת
נכסים שוטפים	נכסים המיועדים חשרת את הפירמה במשך תקופת זמן קצרה- עד שנה
הון עצמי	הון של בעלי הפירמה ו/או הון מניות ו/או רווחים שלא חולקו
התחייבויות קבועות	מקורות מימון זרים שזמן פירעונם יחול יותר משנה מיום עריכת המאזן
התחייבויות שוטפות	התחייבויות שזמן פירעונם יחול תוך פרק זמן קצר משנה מיום עריכת מאזן הפירמה

מושג	הגדרה
דוח רווח והפסד	דוח העוסק בזרמי הכנסות והוצאות שעברו בפירמה בתקופה מסוימת
דוח ייעוד רווחים	מציג את השימוש ברווחי הפירמה ואת יתרות הרווחים שלא חולקו העוברים למאזן
תזרים מזומנים	כל כניסות הכספים במזומן לעומת כל הוצאות הכספים במזומן. משמש ככלי בקרה ותכנון
יחס שוטף	נכסים שוטפים/התחייבויות שוטפות. ככל שהיחס גבוה יותר מצב הנזילות בפירמה טוב יותר
יחס מהיר	נכסים שוטפים-מלאי/התחייבויות שוטפות. בודק את יכולת הפירעון המיידית של הפירמה
יחסי מנוף פיננסי	היחס שבין ההון הזר להון העצמי בפירמה
שולי הרווח במכירות	רווח נקי/ מכירות. בודק את אחוז הרווח הנקי המופק מכל ₪ מכירות
שיעור תשואה על ההון המושקע	רווח נקי/הון עצמי. מדד לביצועי השקעה
סדרה עתית	ניתוח מגמה של דוחות פיננסיים על פני תקופות אחדות לצורך איתור מגמות מסוימות בהתפתחות הפירמה
עלות	כל סכום כספי אשר הושקע בתהליך היצור
עלות משתנה	עלות המשתנה בהתאם לשינויים החלים בהיקף היצור. היחס בין העלות המשתנה להיקף היצור הוא יחס ישר
עלות קבועה	עלות הנותרת ללא שינוי כאשר חלים שינויים בהיקף היצור, בפרק זמן נתון
עלות ישירה	עלות של כל חומר גלם או שירות התורמים ישירות ליצורו של פריט מסוים
עלות עקיפה	עלות התורמת ליצור של יותר ממוצר אחד או יותר ממחלקה אחת במפעל ולא ניתן לשייכו באופן בלעדי למוצר אן מחלקה
תמחיר	שיטת חישוב המשמשת את הנהלת הפירמה בקביעת עלויות יצור ליחידת מוצר או ליחידת יצור כבסיס למדיניות המחרה, קבלת החלות, תכנון, תקציב ובקרה
תמחיר לפי הזמנה	שיטת תמחיר המקובלת כאשר היצור/השירות אינו מבוצע בצורה סדרתית רציפה אלא כל פרויקט הינו ייחודי ועומד בפני עצמו

מושג	הגדרה
תמחיר לפי תהליכים	שיטת המקובלת במפעלים המייצרים יצור המוני מוצר אחד או מספר קטן של מוצרים. תהליך היצור רציף וחוזר על עצמו
נקודת איזון	רמת פעילות, בה סך ההכנסות ישווה לסך ההוצאות. שיטת ניתוח, המאפשרת לקבוע בכל רמה של פעילות עסקית את רמת ההפסד (סיכון), האיזון או הרווח של הפירמה
תמחיר ספיגה	שיטה בה מעמיסים את העלויות העקיפות והקבועות על מחלקות הפירמה והמוצרים בצורה אחידה
תקציב	ביטוי כמותי של מטרות הארגון והדרכים להשגתן. תכנית. המבטאת בערכים כספים, את הפעילות בפירמה בתקופה הבאה ומשמשת כלי עזר ניהולי המעלה תכנית מוסכמת לפעולות בעתיד
בקרה	מערכת שתפקידה לוודא שהפירמה עומדת בתקנים מסוימים, שומרת על מצב רצוי או תנאים רצויים ומטרתיה הן: תיאום פעילויות בין חלקי הארגון, העברת מידע וקיום רשת תקשורת בארגון, עיבוד והערכה של מידע, קבלת החלטות ועוד

דרכי הוראה

הדגש הוא על אסטרטגיית הוראה גמישה תוך כדי שימוש במגוון שיטות ועזרי הוראה כגון: שימוש במצגות, הרצאות, ניתוח ארועים, דיונים ועבודה בקבוצות. לדעתנו יש לשלב דרכי הוראה פרונטאליות- קונבנציונאליות וחלופות ייחודיות התורמות להגברת המוטיבציה ותהליך ההטמעה אצל הלומדים. במסגרת זו נשלב:

1. חלק תיאורטי- הוראה פרונטאלית בשילוב דיאלוג ודיון רב משתתפים. לדעתנו תפקידו של המורה מתרכז בתיווך שהוא מתווך בין הלומדים ובין אוצרות הידע בנקודת הזמן בה מתרחש המפגש בין המורה ללומדים. בהוראה פרונטאלית אין כוונתנו לשיטה בה המורה נותן הרצאה והלומדים מסכמים את דבריו אלא למצבי הוראה בהם למורה יש מחויבות ואחריות לעמוד מעל תלמידיו ברמת הידע שלו, למצבי הוראה בהם למורה יש שליטה על תהליך החקירה ורכישת הידע בכיתה המורה מכוון את מהלך השיעור, מסקרן ומאתגר את תלמידיו ללא הרף בשיטת הדיאלוג והדיון.
2. חלק מעשי- פתרון תרגילים, בעיקר בקבוצות מעטות משתתפים. המטרות הן: חלוקת עבודה ואחריות אישית ביצוע משימה בתהליכים הכוללים תלות הדדית אווירת תמיכה, קבלת עזרה ועידוד לשם כך יבנו הקבוצות על בסיס: תלמידים מסייעים- תלמידים מסתייעים. (תל"ת- תלמידים למען תלמידים)
3. ניתוח ידיעות, כתבות ומאמרים אקטואליים מכלי תקשורת נבחרים בעלי זיקה לתכנים הנלמדים.
 - רוב התכנים הנלמדים בתחום הדעת מנהל עסקים הם תכנים אקטואליים ועכשוויים המופיעים, כמעט מדי יום בכלי התקשורת. (תועלות, גישות שיווקיות, פילוח שוק, תמהיל מוצרים, מדיניות מחירים, דרכי גיוס הון, יחסים פיננסיים, ריבית, דוחות כספיים ועוד ועוד..)
 - במסגרת מטרות התכנית מעוניין צוות המגמה לקרב את הלומדים לנושאים אקטואליים ולהניע אותם להשתלב בצורה פעילה ונכונה בעולם העסקי והכלכלי.
 - מוקדש זמן על מנת ללמד את הלומדים באילו עיתונים/מוספים לקרוא ובאילו תכניות טלוויזיה מומלץ לצפות, כמו כן מוקדש זמן ללמד את התלמידים כיצד לקרוא/ להעריך/לבקר את הידיעה/כתבה.
 - בחלק גדול מהמקרים ניתוח הכתבות משמש גם בסיס להכנת שיעורי בית.
 - בהמשך מוטלת על התלמידים המשימה לאתר, לנתח ולהציג בפני הכיתה כתבות/ידיעות אקטואליות בהקשר לתכנים הנלמדים בכיתה.
 - על השתתפות בפרויקט זה מתוגמלים התלמידים בדרכי הערכה סופיות באמצעות הערכת מורה.

- הלמידה בשיטה זו היא למידה אותנטית ותיאורטית בתגובה לשטח: למורה מאגר ידיעות וכתבות שהשימוש בו נבחן בהתייחס לשינויים המהירים בשטח (לדוגמא שינויים בשער הריבית/ שינויים בשערי חליפין/ בהנפקות בבורסה ובכו') מיותר לציין כי מאגר זה מתעדכן וגדל מדי יום הן הודות לתלמידים והן כמובן לאיסוף של צוות המגמה.

4. עבודות (אישיות ו/או קבוצתיות) בנושאים אקטואליים הנגזרים ממקצוע זה – חקר אירועים.

* בכיתה יא' ובכיתה יב' מקבלים התלמידים בסוף כל אחד מהסמסטרים עבודת הגשה אחת. העבודה מיישמת את התכנים הלימודיים שנלמדו באותו הסמסטר. שימוש במקורות ובמאגרי מידע, כדוגמת האינטרנט, ספריית ביה"ס, ספריית המכללה למנהל ועוד לצורך ביצוע משימות.

1. הזמנת מרצים אורחים כמו: פקיד מס הכנסה- בנושא מערכת המסים בישראל,

אתיקה בעסקים- בנושא דילמות בעולם העסקי ודרכי התמודדות.

2. פרזנטציה באמצעות מצגת על ידי תלמיד או קבוצת תלמידים תוך שימוש באקטואליה ובמקורות מידע שונים.

3. סיורים מקצועיים- בורסה, התאחדות התעשיינים, מפעלים, בנק ישראל, מוזיאון המסים, קניון, רשת שיווק גדולה ועוד.

- ** מבחינה דיסקטית המתודה המלווה את הפעילויות הנ"ל הן:

1. לימוד בניתוח מעמיק של כתבה עיתונאית ברמת תבניות העשויות להועיל לכל כתבה עיתונאית בהמשך.

2. פעילות דומה נעשית גם עם מאמר מדעי.

3. סיורים לימודיים והרצאות מלווים בדף הכנה, צפייה וסיכום.

דפים מובנים ובהירים, במקביל להערות ולהארות במהלך הפעילויות מספקים ואינם דורשים שיעורים פרונטאליים.

4. כתיבת עבודה אף היא כרוכה והינה משימה הדורשת, ביחס לקודמתה, תהליך הכנה ממושך יותר. אך, לאחר שיעשה, אין צורך בחזרה עליו לפני כל עבודה.

במידת הצורך, עם החזרת העבודות ישנה ישיבה פרטנית עם תלמידים וניתוח העבודה.

מטרות סיור

לדעתנו הלמידה החוץ בית ספרית המתממשת באמצעות הסיור בעלת יתרונות רבים:

1. הלמידה באמצעות הסיור מתבססת על הנלמד בכיתה ובמרבית המקרים מחייבת המשך לימודים בבית, בספרייה ובכיתה.

2. הסיור ממחיש את הנלמד, משמעותי יותר ורלוונטי ללומד ומוסיף תכנים נוספים על הנלמד בכיתה.

3. מאפשר מפגש בלתי אמצעי עם בעלי תפקידים.

4. מפתח כישורים ומיומנויות ייחודיות כמו עריכת תצפית, הפקת מידע, ניתוח מידע, הסקת מסקנות וכו'

על ביה"ס להיערך לסיורים מבחינה ארגונית ותקציבית. מורי המגמה ילוו את הלומדים בסיורים, יבצעו הכנה קודמת בביה"ס וידריכו חלק מהסיורים, רוב הסיורים יודרכו על ידי מדריכים מומחים מטעם המוסד בו נערך הסיור.

דוח סיור - דוגמא

1. רשום את נושא הסיור והתאריך בו הוא נערך.
2. פרט מהי המטרה/ מטרות הסיור
3. סכם את התוכן ואופי הפעילות בסיור.
4. ענה על השאלות הבאות :
- הלומדים יקבלו רשימת שאלות (בהתאם לסוג ונושא הסיור) המתייחסות למידע, הבנה, מסקנות, השוואה ויישום.
5. בחר מושג או תופעה שלמדת בשיווק/מימון/תמחיר/כלכלה וכו'... (בהתאם לנושא הסיור) והסבר אותם תוך התייחסות לתוכן הפעילות בסיור או לממצאים ולמסקנות מהסיור.
6. רשום רשימת מקורות מתאימה לנושא הסיור על פי כללי הרישום המקובלים. (2-3 מקורות)
7. בחר אחד המקורות מהרשימה הביבליוגרפית שהכנת. צלם את המקור (או קטע מתאים ממנו) וצרף אותו לדוח סיור.
8. סמן בעט זוהר את הקטעים שסייעו לך . רשום מה הייתה תרומת מקור מידע זה לעבודתך.
9. פרט מהי לדעתך מידת ההתאמה בין הפעילות לבין הנושא הנלמד ומידת השגת המטרות.
10. רשום אילו מיומנויות תרגלת בסיור ובהכנת הדוח.
11. מהי התרשמותך ודעתך האישית על הסיור.

דוח צפייה בסרט - דוגמא

1. רשום את נושא הסרט וכותביו.
2. פרט מהי המטרה/ מטרות הסרט.
3. סכם את התוכן של הסרט.
4. ענה על השאלות הבאות :
- הלומדים יקבלו רשימת שאלות (בהתאם לסוג ונושא הסרט) המתייחסות למידע, הבנה, מסקנות, השוואה ויישום.
5. בחר מושג או תופעה שלמדת בשיווק/מימון/תמחיר/כלכלה וכו'... (בהתאם לנושא הסרט) והסבר אותם תוך התייחסות לתוכן הפעילות בסיור או לממצאים ולמסקנות מהסיור.
6. פרט מהי לדעתך מידת ההתאמה בין הסרט לבין הנושא הנלמד ומידת השגת המטרות.
7. רשום אילו מיומנויות תרגלת בצפייה בסרט ובהכנת הדוח.
8. מהי התרשמותך ודעתך האישית על הסרט.

דרכי הערכה מסכמות

בתכנית יחולקו יחידות הלימוד לשני חלקים: שתי יח"ל עיוניות ו- 1 יח"ל עבודת חקר יישומית. בבחי"ס נהוגה שיטה סמסטריאלית בכל סמסטר יחושב הציון בדרך הבאה:

2 יח"ל מנהל עסקים –

הערכה חלופית (30%) –

30%	2 דו"חות - צפייה בסרט/סיור
60%	מטלת ביצוע בנושאי שיווק ואתיקה
10%	הערכת מורה
.....		
100%		סה"כ הערכה חלופית

ציון הגשה (70%)

40%	2 בחינות במחצית הראשונה
30%	בחינה אחת במחצית השנייה
20%	בחינת מתכונת
10%	הערכת מורה
.....		
100%		סה"כ

• **בסיום כיתה יב' :**

- תיערך **בחינת מתכונת ובחינת בגרות 2 יח"ל** במנהל עסקים.
- **בחינת הבגרות תהווה 50% הציון הסופי של שתי היחידות העיוניות.**
- **הבחינות-** תהיינה במבנה בחינת הבגרות.
- מבנה זה הוא מבנה סופי אליו יגיעו הלומדים בהדרגה הן מבחינת אורך הבחינה והן מבחינת היקף החומר לבחינה ומורכבות השאלות.
- היות ואופי ההוראה- למידה בכיתה, מבוסס על קריאה וניתוח כתבות בנושאים אקטואליים, השאלות הגדולות בבחינת הבגרות יכללו ציטוטים וקטעים נבחרים מכתבות אקטואליות ורלוונטיות לתכנים הלימודיים ולמיומנויות הלימודיות הנבדקות בבחינה.
- מבחן הבגרות יכתב על פי הכללים המקובלים בפיקוח על תכניות לימודים ייחודיות.
- **מטלת ביצוע - עבודות/מצגות-** התלמידים יקבלו נושא מרכזי לעבודה ורשימת נושאים ספציפיים העוסקים בשיווק ובאתיקה בעסקים.
- על הלומדים להגיע לתוצר הסופי ע"י שאילת שאלות, חיפוש תשובות, קריאת מקורות ביבליוגרפים שונים, איסוף נתונים ועיבודם בדרך בה יבחר כל תלמיד על פי נטיותיו: עבודה עיונית, מצגת או עבודה יצירתית (כתבה לעיתון, פלקט, ציור, פיסול וכו') עבודה יצירתית או מצגת יחויבו בליווי טקסט מודפס הכולל את הדרישות הבאות:
- רקע תיאורטי לנושא העבודה

- תיאור הרעיונות המרכזיים הבאים לידי ביטוי בעבודה היצירתית/מצגת הקשר בין הרעיונות המרכזיים בעבודה/מצגת לרקע התיאורטי
- פירוט השיקולים המרכזיים בבחירת דרך ההצגה - יישום אתיקה בעסקים בפירמה שנבחרה ונושאים מתחום השיווק על פי בחירת התלמידים
- רשימה ביבליוגרפית
- התייחסות אישית לבעיות, דרכי התמודדות, רגשות, מחשבות וכו' העולים במהלך יצירת העבודה ובעקבותיה

מחווון להערכת מטלת ביצוע - עבודה

מבנה העבודה	משקל	קריטריונים
עמוד שער	2%	שם העבודה, תאריך, שם הכותב, שם ביה"ס
תכן עניינים	3%	פירוט ראשי הפרקים לפי סדר הופעתם העבודה ומספרי העמודים
מבוא	5%	הצגת נושא העבודה, השאלה העיקרית שהעבודה מיועדת לתת לה מענה וכיצד תחקר השאלה/מהלך העבודה
רקע תיאורטי	25%	סקירה תיאורטית הכוללת מושגים תיאורטיים מתחום הדעת, שימוש בנתונים אמפיריים רלוונטיים, מחקרים עדכניים וכו' יש לשלב בחלק זה לפחות שני מקורות ביבליוגרפים ולהשתמש בהם לפי כללי הציטוט המקובלים

מבנה העבודה	משקל	קריטריונים
החלק המעשי- החלק האמפירי	20%	הצגת כלי המחקר והנימוקים לשימוש בו, הצגת אוכלוסיית המחקר ונימוקים לבחירתה ותיאור מהלך איסוף הנתונים (לדוגמא : בחרתי בחב' "תנובה" היות והיא אחת מיצרניות המזון הגדולות במשק.....הפירמה עוסקת רבות בשיווק ובפרסום... הקוד האתי שלה מפורסם באתר..וכו')
הצגת הממצאים	30%	הצגה בסדר הגיוני, שימוש מושכל בתרשימים גרפים וטבלאות, שימוש נכון בממוצעים, סטיית תקן, שכיחות וכו'...
דיון ומסקנות	5%	דיון בממצאים, הסברים לממצאים והסקת מסקנות
סיכום העבודה	5%	הצגה תמציתית של השאלה בה דנה העבודה, הבסיס התיאורטי, הממצאים העיקריים, המסקנות
מקורות	2%	רישום על פי כללי הרישום המקובלים (ספרים, כתבי עת מאמרים וכו') שימוש בשני מקורות ביבליוגרפים לפחות
צורת העבודה	3%	על העבודה להיות מסודרת ואסטטית, הקפדה על איות, עברית תקינה וכו'
סה"כ	100%	

מחווו למטלת ביצוע - מצגת

קריטריונים	משקל	מבנה העבודה
המצגת מושקעת, ניכר מאמץ בהכנתה, מקוריות, העברת הרעיונות המרכזיים בהם עוסקת העבודה, התוצר משקף אמירה אישית, מיומנות טכנית בביצוע	50%	התוצר
		טקסט מודפס :
סקירה תיאורטית קצרה של נושא העבודה הכוללת מושגים ותיאוריות התחום הדעת, שימוש בשני מקורות ביבליוגרפים בלבד על פי כללי הרישום המקובלים	20%	1.רקע תיאורטי לנושא העבודה
תיאור הרעיונות המרכזיים, הקשר לשאלה בה עוסקת העבודה וכיצד התוצר מתאר ועונה על שאלה זו	10%	תיאור הרעיונות המרכזיים בתוצר והקשר בינם לרקע התיאורטי
	10%	פירוט השיקולים המרכזיים בבחירת דרך ההצגה
רישום על פי כללי הרישום המקובלים	5%	רשימה ביבליוגרפית
תכתב בנימה אישית ותכלול שיקולים בבחירת הנושא, בבחירת דרך ההצגה, בעיות שהתעוררו במהלך העבודה, דרכי התמודדות וכו'	5%	התייחסות אישית
	100%	סה"כ

סיורים/הרצאות- כאמור, אנו ממליצים על כשניים עד שלושה סיורים/הרצאות בכל שנת לימודים. נושא הסיור/הרצאה יבחר בהקשר לתכנים הנלמדים בכיתה, רמת הכיתה, הגיוון והאתגר בתוכן ובאופי הפעילות בסיור/הרצאה והיכולת של הסיור/הרצאה להוות בסיס להמשך הלמידה בכיתה.

עבודה חקר יישומית- יחידה שלישית

היחידה השלישית בתכנית הלימודים היא עבודת חקר יישומית, אותה יבצעו התלמידים בכיתה י"ב.

עבודת החקר היא מטלה לימודית עצמאית המבוססת על תכנים ומיומנויות חקר ולמידה שרכש התלמיד בלימודי שתי יחידות הלימוד במנהל עסקים, ושתי יחידות הלימוד בכלכלה. בנוסף ליישום המעשי של הנושאים התיאורטיים, מאפשרת העבודה חשיבה יצירתית ועצמאית של הלומדים, חופש ביטוי והעמקת ההתעניינות ורכישת הידע בנושאים הקרובים לליבים. העבודה תתבצע בזוגות ותזמן מעבר למיומנויות שיתוף פעולה גם חשיבה ביקורתית, יכולת להסקת מסקנות, קבלת החלטות ועוד.

מיומנויות אלו עומדות בבסיסה של עבודת החקר המהווה שיאו של תהליך למידת התכנית הייחודית במנהל עסקים. במהלך כתיבת עבודת החקר מפתחים התלמידים מיומנויות מגוונות שונות של חשיבה מסדר גבוה שנרכשו במהלך לימודיהם. במהלך כתיבת עבודת החקר נדרש התלמיד להשתמש באסטרטגיות של שאילת שאלות, עריכת השוואה, הצגת טיעונים, הסקת מסקנות ועוד. כמו כן התלמיד נדרש להשתמש במיומנויות של מיפוי ומיזוג טקסטים, שימוש בכלי מחקר וניתוח תוצאות החקר, הערכת מידע ועוד.

נושאי הלימוד לעבודת החקר- יחידה שלישית

עבודת החקר היא בהיקף של 90 ש"ש.

הנחיית המורה תתמקד בהקניית המיומנויות הנדרשות לעבודת החקר, הכוונה עצמית בלמידה שיתוף פעולה, עמידה בלוח זמנים, חשיבה ביקורתית ועוד. חלקן של מיומנויות אלו יתבצע ברמת הכיתה וחלקן בעבודה פרטנית ו/או קבוצתית במסגרתן תפקיד המורה להקנות לתלמידים מיומנויות לאיתור מקורות מידע מדעיים ומקצועיים, להנחות את הלומדים בתכנון מערך העבודה והחקר ובביצועו, בניתוח הממצאים, בהסקת המסקנות, בעריכת החומר והעבודה ע"פ כללי המחקר והכתיבה המקובלים.

השלבים בכתיבת עבודת החקר:

- בחירת נושא ותיחומו.
- ניסוח של שאלת החקר והשערת המחקר
- איסוף מידע ביבליוגרפי
- בניית ראשי פרקים ראשוניים
- בחירת כלי החקר ואוכלוסיית החקר
- ארגון המידע, עיבודו ומיזוגו לחלק תיאורטי.
- ביצוע מחקר ועיבוד נתונים.
- כתיבת פרק דיון ומסקנות
- רפלקציה
- כתיבת המבוא לעבודה, תוכן עניינים ושער

- רישום מקורות ונספחים .

מחווון להערכת עבודת החקר

מבנה העבודה	פרוט תכנים ומדדי הערכה	ציון מירבי
מבוא	הצגה כללית של תחום הדעת ונושא העבודה. הצגת שאלת המחקר והשערת המחקר והצגה תמציתית של ראשי הפרקים המרכזיים ואופן בדיקת השערת המחקר.	5 נקודות
פרק תיאורטי	סקירה תיאורטית של החברה העסקית בה עוסקת העבודה. ניתוח הסביבה החיצונית והפנימית של החברה. הצגה וסקירה תיאורית של משתני החקר : <ul style="list-style-type: none"> • המשתנה הבלתי תלוי • המשתנה התלוי • הקשר הלוגי בין המשתנים סקירה תיאורטית מבוססת על תיאוריות, מחקרים ומושגים מתחום הדעת ונתונים אמפיריים רלוונטיים ממחקרים עדכניים. שילוב של שלושה- חמישה מקורות ביבליוגרפיים תוך כדי שימוש באסטרטגיה של מיזוג טקסטים.	30 נקודות
הפרק האמפירי	הצגת שאלת החקר והשערת המחקר. הגדרת המשתנים הן תיאורטית והן אופרציונלית. תיאור כלי החקר- ראיון/ שאלון/ ניתוח כמותי. בחירת כלי החקר שיבחר יהיה המתאים ביותר לנושא עבודת החקר והמשתנים הנבדקים בעבודה. הצגת הממצאים באופן כמותי ובאופן גרפי. יש להציג שני ממצאים לפחות לכל אחד מהמשתנים ושני ממצאים לקשר בין הממצאים. הצגת ניתוח מילולי לכל אחד מהממצאים המציג את המגמה העולה מהממצאים.	30 נקודות
דיון, סיכום ומסקנות	הדיון עוסק בטענה המציגה את השערת החקר הנבדקת בעבודה ובנוי במבנה של טיעון ונימוקים המאוששים או מפריכים את השערת המחקר. הסבר התוצאות וביקורת על המחקר.	10 נקודות
רפלקציה	כל תלמיד יכתוב רפלקציה אישית הכוללת סיכום על תהליך העבודה, המיומנויות והכישורים להם נדרש בתהליך החקר והמיומנויות והכישורים אותם רכש ו/או שיפר במהלך כתיבת העבודה. מידת השגת המטרות, עמיה בלוח זמנים ומשמעות העבודה לתלמיד.	5 נקודות
מקורות	שימוש בשלושה -חמישה מקורות ביבליוגרפיים. שימוש עקבי בכללי הציטוט המקובלים. שימוש במקורות עדכניים	5 נקודות

	הרשימה הביבליוגרפית כתובה על פי כללי הציטוט המקובלים.	
5 נקודות	עבודה מודפסת עמודים ממוספרים תתוכן עניינים מפורט שער העבודה כולל את הפרטים הנדרשים. מראה אחיד של כל חלקי העבודה - David12, רווח שורה וחצי.	עריכת העבודה
10 נקודות	הצגה אסטטית ותמציתית של עבודת החקר באופן וויזואלי ברור. הצגה פרונטאלית מעניינת ומסקרנת. יכולת לענות על שאלות מעבר לתכנים המוצגים בפרזנטציה. הצגה יצירתית.	פרזנטציה
100 נקודות		סה"כ

דוגמאות לנושאים לעבודות חקר :

- הקשר בין תוצאות הדוחות הפיננסים של חברה _____ לשער מניותיה בשנים _____
- הקשר בין תמהיל השיווק של חברה _____ לרווחיה/שיעור הרווחיות של החברה בשנים _____
- הקשר בין כניסת מתחרים לענף _____ לרמת המחירים/ רווחיות בענף
- הקשר בין מדיניות המחירים של חברה _____ לשער מניותיה/ רווחיות החברה
- הקשר בין תכנית התייעלות של חברה _____ ליציבותה הפיננסית של החברה
- השפעת מדיניות חלוקת דיבידנדים על היציבות הפיננסית של החברה
- הקשר בין שיטות להנעת עובדים לרווחיות הפירמה
- הקשר בין רמת השכר והתנאים הנלווים של המנהלים לשער המניות של החברה
- הקשר בין אופן הפרסום/ ערוץ הפרסום על הנכונות לרכוש את המוצר
- הקשר בין מיתוג לשביעות רצון הצרכנים

רשימה ביבליוגרפית

1. אורון י., מארק נ., עופר ג. (2001). מבוא לכלכלה - מיקרו כלכלה. הוצאת עמיחי
2. אורנר א. (1993). משאבי אנוש המדריך לניהול כוח אדם. הוצאת אח
3. איינהורן ר. (1990). תמחיר ובקרה בניהול עסקי. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה
4. איינהורן ר. (1993). תמחיר הלכה למעשה. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה
5. אמיתי ק. (1998). שיטות ארגון וניהול. הוצאת כנרת
6. ארניה נ. פרופי. ימפולר א. קונצ'יצקי י. (2003). חשבונאות בעסקים. הוצאת דיונון
7. בר חיים א. (1988). ניהול משאבי אנוש. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, יח' 1, עמ' 17-20, 27-28, 121-129, 164-167, 170, 172, 175-177, 209-223, 274-339
8. ברגינר ע. בשן ח. (2001). ניהול עסקי. הוצאת לוגיק תל אביב, עמ' 11-14, 67-108, 110-116, 118-129, 142-149, 158-162
9. גרוס נ. (1969). מבוא לכלכלה. הוצאת אקדמון, עמ' 4-8, 106-109
10. הורניק י. (2012). ניהול השיווק. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, חלק א' יח' 2, חלק ב' יח' 4-6, חלק ג'
11. וולף ר. (2008). אתיקה טובה לעסקים. הוצאת ראובן מס בע"מ, עמ' 19-20, 43-53, 159-194, 229-245
12. וירמן ת. (2001). ארגון וניהול. הוצאת ליתג
13. זימון י. פרופי, הירש נ. (2002). מבוא לכלכלה. הוצאת רונאל, עמ' 37-40
14. טאב י., מנהיים ב. (1986). הגורם האנושי בעבודה. הוצאת דביר
15. לבנת י. (1997). מבוא לחשבונאות. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, כרך א' עמ' 9-34, 55-79, 113-125, כרך ב' עמ' 9-40, 135-176, 237-243
16. נחמיאס א. תורת המימון. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, חלק א' עמ' 11-33, 37-52, חלק ב' עמ' 33-36, 50-58, 67-79, 143-176, חלק ה' עמ' 83-91
17. סמואל י. (1996). ארגונים. הוצאת זמורה ביתן
18. פירסט צ. ד"ר. (1993). ניתוח ועיצוב מערכות מידע. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה
19. פלדבוי ז. חשבונאות ניהולית ותמחיר. הוצאת פז תלן אביב, עמ' 4-37, 79-116, 136-184, 228-257
20. קוטלר י., קוטלר פ. ניהול השיווק – המהדורה הישראלית. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, עמ' 15-22, 37-55, 97-105, 221, 284-315, 318-346, 390-391, 481-520, 550-557, 566, 569-574, 701-733
21. רוז ס. רובין ר. (2002). בגרות בכלכלה. הוצאת אנקורי מפעלי הוראה, עמ' 25-29, 124-129
22. שבתאי, מורדיאן, סלפק, בלומקין, ראובן, בן דוד ד"ר (2001). מערכות מידע מנהליות. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה

23. אותות 98, מס' 218, הוצאת איגוד המפרסמים בישראל, עמ' 14-15, 58

24. ארגון מעלה - <http://www.maala.org.il>

25. המועצה הישראלית לצרכנות - <http://www.consumers.org.il>

26. חינוך פיננסי - <http://www.finance.cet.ac.il>

כותבת התכנית: גרוס בלה

ייעוץ מקצועי- רו"ח בליסה וויליאם